

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.), Basel

Redaktion: Dr. W. Ruf

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Erscheint wöchentlich - Basel, den 27. Juli 1946 - 46. Jahrgang - Nr. 30

Tiefgekühlte Lebensmittel — für jedermann

Tiefgekühlte Früchte, Gemüse, Fruchtsäfte und auch Fleisch sind bei uns seit drei Wintern erhältlich. Jeder, der sie versucht und richtig zubereitet hat, muss ihre wirklich überragende Qualität bewundern, aber die Preise der Produkte erlauben es nicht, sie ausser bei besonderen Gelegenheiten ständig zu verwenden.

In den USA, wo sich diese Industrie bereits seit zwanzig Jahren entwickelt hat, wird auch heute noch von amtlicher Seite bestätigt, dass die Preise der Markenartikel zu hoch für den allgemeinen Gebrauch sind. Dort ist aber eine andere Form der Organisation in den letzten Jahren ausserordentlich rasch und hoch entwickelt worden, die einerseits um 40—50 % niedrigere Preise, also unter denjenigen der Dosenkonserve, ergibt, anderseits die Produktion und den Verbrauch im ganzen Lande verteilt erfasst und damit *Tiefkühlprodukte zur Volksnahrung* gemacht hat.

Der neueste, 1945 erschienene Bericht des Landwirtschaftsdepartementes der USA gibt darüber interessante Aufschlüsse. Er behandelt die «Locker Plants» oder *K*älte-*S*afe-*B*etriebe. Im Jahre 1935 gab es erst *250* solche, zu Beginn 1945 waren es bereits über ***6000***, und für die Nachkriegszeit wird eine noch grössere Entwicklung als im bisherigen Ausmass von jährlich 700—900 neuen Betrieben erwartet.

Kälte-Safe-Betriebe bestehen aus meistens einstöckigen Gebäuden von z. B. 10 × 15 m Grundfläche. Der KSB beschafft sich die Rohprodukte von den Landwirten, Gärtnern und Kleinpflanzern, also Früchte, Gemüse, Fleisch, Geflügel, Fische und Wild, verarbeitet, verpackt sie, besorgt die Tiefkühlung und lagert die Produkte in einem Lagerraum, bei ca. —18° C., der in lauter einzelne Fächer aufgeteilt ist. Jedes Fach, von 180—*225* dm³ (oder Liter) Inhalt, ist wie ein Bank-Safe verschliessbar (daher «Kälte-Safe-Betrieb», KSB, genannt) und wird an die Verbraucher vermietet. Je nach Grösse enthält ein KSB 300, 500 bis *2000* solche Fächer, im Mittel 450—500 Fächer. Im Laufe des Sommers und Herbstes werden die Produkte verarbeitet (Fleisch das ganze Jahr hindurch), und zwar auf Bestellung der Fachmieter, und dann in das Fach gelegt. Die Verbraucher, resp. Fachmieter, bringen das, was sie selber gepflanzt und gezüchtet haben, und bestellen das, was sie darüber hinaus benötigen beim KSB. Dieser stellt monatlich Rechnung dafür, so dass die eingelagerten Produkte und die Verarbeitung rasch bezahlt werden und das Risiko der Produktion und Lagerung auf einen ungewissen Absatz hin, wie dies bei den Marken-Tiefkühlfirmen der Fall ist, ausgeschaltet ist. Der Verbraucher holt dann von seinen Vorräten im Fach, zu dem er den Schlüssel besitzt, oder lässt sie sich durch einen Austragedienst bringen, der gleich wie der Austragedienst für Brot und Milch organisiert ist.

Damit stellt der KSB eine direkte Verbindung her zwischen

Produzent — KSB als Verarbeiter und Lagerer — Verbraucher.

Jeder Zwischenhandel, jeder unnötige Transport, jeder Verlust durch den Einfluss der Wärme beim Transport oder Lagern sind ausgeschaltet, und aus dieser einfachen Lösung erklären sich auch die günstigen Preise für die Produkte. Für die selbstgelieferten Produkte sind nur die niedrigen Verarbeitungsgebühren zu entrichten sowie die Fachmiete, die monatlich *3*—4 Fr. beträgt. Es hat sich gezeigt, dass in den USA — und bei uns in solchen Anlagen — der Preis z. B. für Gemüse und Früchte das ganze Jahr hindurch für 1 kg abfallfreie Ware, wie sie zum Essen verwendbar auf den Tisch kommt, sich ungefähr auf gleicher Höhe bewegt wie für die gleiche Menge abfallfreier Ware vom Markt zum Detailpreis in der Erntezeit. Für Fleisch ergeben sich auch erhebliche Einsparungen, weil die Transporte des lebenden Schlachtviehs zum Schlachthof und des verarbeiteten Fleisches zum Metzger, dem Verteiler, wegfallen. Der dem KSB angeschlossene Landwirt, Kleintierzüchter oder Geflügelhalter kann seine Tiere dann schlachten, wenn er eine Weiterfütterung nicht mehr rentabel findet, und das Fleisch lagern und dann verbrauchen, wann er Bedarf dafür hat. Wer Gemüse und Früchte anbaut, kann seine täglichen Ueberschüsse in der Erntezeit zur Verarbeitung dem KSB bringen und sammelt sich so Vorräte an frischwertigen Produkten für den Winter und Frühling. Und wer selber nichts produziert, erhält die Produkte vom KSB, inklusive Verarbeitung und Lagerung, nicht teurer als auf dem Detailmarkt. Damit erreicht man eine bisher nicht mögliche Verteilung des Verbrauches auf das ganze

Jahr, gleichbleibende Preise und für den Landwirt den sicheren und preislich günstigen Absatz all seiner Produkte auch in Ueberschussjahren, eine Vorratshaltung für Jahre mit geringen Ernten, wofür der Verbraucher z. B. gerade jetzt sehr dankbar wäre.

Die Tiefkühlung bewahrt die Lebensmittel in ihrem vollen Nähr- und vor allem auch Vitamingehalt.

Das bedeutet, dass mittels der KSB der Bevölkerung gerade im Winter und Frühling Gemüse und Früchte frischwertig zur Verfügung stehen, dass man unnötige «Primeurs»-Importe zu hohen Preisen vermeiden kann und der vermehrte Gemüse- und Früchteanbau dauernd rentabel zu verwerten ist.

Aber auch für Produkte, die am Standort der KSB nicht produziert werden, die wir als Südfrüchte usw. vom Ausland erhalten, ist der KSB der einzig logische und richtige Verteiler, werden doch viele dieser Produkte bereits tiefgekühlt aus Italien, Frankreich, dem Balkan usw. zu uns kommen, wo bereits während des Krieges Tiefkühlanlagen erstellt wurden. Meerfische kommen bereits seit längerer Zeit tiefgekühlt zu uns, und so wird es mit vielen andern Produkten der Fall sein, von denen wir nichts oder ungenügende Mengen selber hervorbringen.

Der amerikanische Bericht zeigt uns die grosse Anpassungsfähigkeit der KSB an die im Betriebsgebiet vorherrschende Produktion wie auch an die Bedürfnisse der Verbraucher, sei es die landwirtschaftliche oder städtische Bevölkerung. Je nach Gebiet herrschen Landwirte oder Städter als Benützer vor, z. B. an einzelnen Orten die Landwirte mit 80 %, an andern die städtische Bevölkerung mit 64 %. Interessant ist auch die Verteilung der KSB nach der Einwohnerzahl der Orte: auf 1. Januar 1945 befinden sich 17 % der KSB an Orten von 1—500 Einwohnern, 17 % an Orten von 500—1000 Einwohnern, also zusammen 34 %, ein gutes Drittel. An Orten von 1000—2000 Einwohnern sind 18 %, von 2000—5000 Einwohnern 19 %, also 71 % an Orten von unter 5000 Einwohnern. In kleinen Städten von 5000—10 000 Einwohnern befinden sich 10 % der KSB, in Orten von 10 000—25 000 Einwohnern weitere 10 % und in Städten von über 25 000 Einwohnern 9 %, also in den Städten von 5000 bis über 25 000 Einwohnern zusammen 29 %, also ein schwaches Drittel. Wichtig für uns ist, dass die Entwicklung seit 1941 stärker die Städte erfasst, während sie in den landwirtschaftlichen Gebieten immer noch sehr stark weitergeht.

Die Entwicklung zeigt auch, dass je mehr und bessere Dienste der KSB leistet, um so grösser die Nachfrage, die Benützung und die Rendite sind. Früher war das Lagern der Produkte das wichtigste Arbeitsgebiet, und die Verarbeitung wurde grösstenteils den Produzenten überlassen. Mit der Einrichtung der nötigen Verarbeitungsgeräte wurden die Nachfrage und Benützung ausserordentlich gesteigert.

Die Vermietung der Fächer und damit deren Ausnützung für die Vorratshaltung hat in den USA einen Höchststand erreicht; er beträgt im Durchschnitt der ganzen USA 89 % aller Fächer, was einer Vollausnützung gleichkommt, da jeder KSB einige Fächer für eigene Lagerbedürfnisse in Reserve halten muss. Eine ganze Anzahl Staaten melden 100prozentige Vermietung, die meisten andern zwischen 85 % und 96 %. Das bedeutet für die Eigentümer der KSB ein ertragreiches Geschäft, rechnet man doch bei einer Ausnützung zu 80 % bereits mit einem *Nettoertrag* von 15—20 % des Anlagekapitals.

Uns interessiert auch die Verteilung der KSB nach ihren Eigentümern. Einzelunternehmer besitzen 55 % der KSB, Gesellschaften 18 %, Gemeinden treten als Eigentümer zu 17 % auf, Genossenschaften 10 %. Diese weisen von allen Eigentümergruppen die stärkste durchschnittliche Vermietung der Fächer auf, mit 92 %.

Viele KSB arbeiten selbständig, andere in Verbindung mit anderen Unternehmen, denen sie angegliedert sind: 37 % der KSB sind mit Kolonialwaren- und Fleischgeschäften verbunden, als grösste Gruppe, 19 % sind selbständig, als zweitgrösste Gruppe, 16 % arbeiten mit Eis- und Kühlunternehmen, 14,5 % mit Molkereien und Milchproduktengeschäften, 9,5 % mit anderen Unternehmen.

Wenn uns der relativ geringe Prozentsatz der genossenschaftlichen Eigentümer auffällt, so beruht dies darauf, dass in den USA wohl die landwirtschaftlichen Genossenschaften sehr stark entwickelt sind, aber verhältnismässig wenig Konsumgenossenschaften zu finden sind. Die Privatwirtschaft beherrscht dort das Gebiet der Warenverteilung und des Verkaufes. Gemeinden treten vor allem dort als Besitzer auf, wo die Entwicklung neu beginnt; sie sind die Pioniere, dann kommen die Privatunternehmer meistens rasch nach.

Was bedeuten diese Tatsachen für unsere schweizerischen Verhältnisse?

Bei uns harren die Probleme der Gemüse- und vor allem Früchteversorgung der Lösung. Wir wissen heute, dass viele unserer Gemüse und Früchte, wie sie auf den Markt kommen, bereits eine *sehr erhebliche Qualitätseinbusse* (40—50 % des Vitamin-C-Gehaltes und damit des gesamten Nährwertes gehen innert 12—24 Stunden zwischen Ernte und Verbrauch verloren) erleiden, und dass die Mengenverluste bei der heutigen Marktordnung weitere 10 bis 12 % betragen. Diese allein betragen für die Schweiz jährlich gegen 90 Millionen Franken. Dabei sind Gemüse und Früchte die wichtigsten Vitamin- und Mineralsalzträger, die in ihrer Funktion durch keine andern Lebensmittel zu ersetzen sind und daher unter Vermeidung aller unnötigen Verluste zum Verbraucher kommen sollten. Unsere Konservenfabriken bringen nicht die Qualität der Tiefkühlnahrung heraus, dazu nur zu höheren Preisen als die KSB. Sie verarbeiten auch nur z. B. 3,2 % der Gemüse- und 1 % der Früchteernte, so dass den KSB eine umfassende grosse Aufgabe für unsere richtige Verteilung der Ernte auf den ganzjährigen Verbrauch bevorsteht.

Es hat sich gerade an den KSB in den USA gezeigt, dass für leichtverderbliche Lebensmittel die dezentralisierte Verarbeitung und Lagerung wirtschaftlich das Richtige sind. Es wird auch bei uns auf dem Gebiet der Fleischversorgung interessante Aufgaben für die KSB geben. In landwirtschaftlichen Gegenden ist es für den Landwirt von Interesse, das Fleisch für den Eigenverbrauch nach Belieben lagern zu können, für den Metzger und Verkäufer, Stücke, die zu bestimmten Zeiten in höherem Ausmass angeboten werden, für späteren Verbrauch zu erwerben und zu lagern.

In den Gegenden, wo längere Transporte des lebenden Viehs zum Schlachten nötig sind, kann der KSB besonders gute Dienste auf dem Fleischgebiet leisten.

Ein anderes Problem stellen bei uns die grossen, während des Krieges erstellten Kühlräume und -anlagen dar. Sobald bei uns die Fleischversorgung in «normalere» Bahnen kommt, d. h. in den nächsten zwei bis drei Jahren, wird ein grosser Teil dieser Kühl- und Tiefkühlräume nicht mehr benötigt. Wo sie einigermassen günstige Lage aufweisen, zeigt die Möglichkeit, sie zu KSB zu verwenden, den Ausweg aus einem sonst unvermeidlichen Ueberangebot an Kühlraum, mit entsprechender Entwertung der Anlagen. Es ist auch klar, dass in bestehenden Kühlanlagen erstellte KSB bedeutend weniger Anlagekosten ergeben als neue Betriebe und daher unter günstigen Bedingungen ihre Arbeit beginnen können.

Vor vier Jahren gab es viele Skeptiker, die behaupteten, nie werde die Tiefkühlung in der Schweiz eingeführt werden; heute gibt es zwei grosse Markenfirmen. Mit der gleichen Bestimmtheit, wie man das Kommen der Tiefkühlung voraussagen konnte, kann man auch das Kommen der KSB als sicher voraussagen. Es ist nur eine Zeitfrage, wann sich initiative Kräfte zur Verfügung stellen, um den ersten Versuch durchzuführen und damit diese Entwicklung einzuleiten. Gerade weil sich diese Betriebsart als die wirtschaftlichste und dazu für die Unternehmer einträglichste in heute über 6000 Betrieben in den USA erwiesen hat und wir gerade die Probleme zu lösen haben, die der KSB am besten lösen kann, wird und muss er bei uns Eingang finden.

Der Krieg hat uns lange genug von den Verbindungen mit Uebersee abgeschnitten; heute verfügen wir über alle nötigen Unterlagen, um das nachzuholen, was andere uns in dieser Zeit vorgearbeitet haben, und deren Erfahrungen uns vor Fehlern und Fehlentwicklungen bewahren können.

Die Aufgabe dürfte aber auch gerade für die *Konsumgenossenschaften* von Interesse sein, da der KSB Aufgaben löst, deren bisherige Ordnung in diesen fortschrittlich eingestellten Kreisen als höchst unbefriedigend empfunden wurde. Es öffnet sich ihnen auf einem wichtigen Gebiet der Lebensmittelversorgung eine Pionieraufgabe.

F. Streckeisen, Herrliberg

Der Wiederaufbau der Genossenschaften in Oesterreich

Die Konsumgenossenschaften Oesterreichs hielten in Bad Ischl ihren Verbandstag ab, in dessen Verlauf die Dachorganisationen, der «Konsumverband», Zentralverband der österreichischen Konsumgenossenschaften, und die «Allgemeine österreichische Konsumgenossenschaft» gegründet wurden.

Genossenschaftszweck der «Allgemeinen österreichischen Konsumgenossenschaft» ist die Wiedererrichtung der konsumgenossenschaftlichen Organisationen in Oesterreich, die Uebernahme des früheren konsumgenossenschaftlichen Vermögens, das nach der Auflösung der konsumgenossenschaftlichen Organisation durch die nationalsozialistische Reichsregierung dem Gemeinschaftswerk der Deutschen Arbeitsfront oder Tochtergesellschaften dieser Organisation sowie der Pensionskasse des Gemeinschaftswerkes der Deutschen Arbeitsfront eingewiesen oder seit dieser Einweisung erworben worden ist, die gerechte zweckmässige Aufteilung dieses Vermögens auf die Konsumgenossenschaften und ihre Zentral- und Hilfsorganisationen, die Weiterführung der vom Gemeinschaftswerk der Deutschen Arbeitsfront an Stelle der konsumgenossenschaftlichen Organisationen errichteten Betriebe bis zur Ueberleitung an die konsumgenossenschaftlichen Organisationen.

Insbesondere aber ist Genossenschaftszweck die Beschaffung von Lebensmitteln, Kleidungsstücken, Haushaltungsartikeln, wie überhaupt von Waren aller Art durch Einkauf, Herstellung oder Verarbeitung und die Abgabe dieser Waren im kleinen an jedermann sowie im grossen an Tochtergesellschaften, öffentlich-rechtliche Körperschaften, Grosshändler, Grossverarbeiter, Grossverbraucher oder sonstige Unternehmungen zur weiteren Veräusserung beziehungsweise Weiterverarbeitung, soweit dadurch der Genossenschaftszweck gefördert oder öffentlichen Interessen Rechnung getragen wird. Weiters ist Zweck der Genossenschaft der Geldausgleich zwischen den ihr angehörigen genossenschaftlichen Unternehmungen, die Förderung des Sparsinnes der Mitglieder durch Entgegennahme und Verzinsung von Spareinlagen sowie Bekämpfung der ungesunden Borgwirtschaft bei der Deckung des Haushaltungs- und Wirtschaftsbedarfes durch möglichste Einschränkung der Kreditgewährung, die ausschliesslich in der Form von zeitlich befristeten Warenkrediten mit genau abgegrenzter Höhe erfolgen darf.

Die Genossenschaft kann Unternehmungen errichten oder sich an Unternehmungen beteiligen, durch die der Genossenschaftszweck gefördert wird.

Daneben kann die Genossenschaft für ihre Mitglieder Einrichtungen zur Pflege der Wohlfahrt, Bildung und Geselligkeit schaffen.

Die Pachtung, Erwerbung und Veräusserung von Liegenschaften ist nur für Zwecke der Genossenschaft zulässig.

Investitionen und Beteiligungen dürfen nur für Einrichtungen und Anlagen zur Erreichung und Förderung des Genossenschaftszweckes gemacht werden.

Ueberflüssige Barmittel können fruchtbringend angelegt werden, doch müssen diese Anlagen auf Unternehmungen beschränkt bleiben, die öffentlich Rechnung ablegen.

Der Verbandstag war der erste im neuen Oesterreich. Die Konsumgenossenschaften wurden schon von 1933 an durch Verordnungen, die gleich nach Ausschaltung des Parlaments gegen sie erlassen wurden, in ihrer Entwicklung sehr gehemmt und von den Nationalsozialisten ebenso wie alle anderen demokratischen Organisationen schliesslich aufgelöst; ihr Vermögen wurde verschleppt. Aber trotz allen diesen Massnahmen blieb der Genossenschaftsgedanke lebendig, weil man eben Ideen nicht töten kann. Nach der Befreiung, ja noch während der Kampfhandlungen, fanden sich in Wien sofort die alten freigewählten führenden Genossenschafter zusammen, die an die Wiedererrichtung der Organisationen schritten. Auch im übrigen Oesterreich übernahmen überall die alten bewährten Genossenschafter die ihnen von den Nationalsozialisten geraubten Betriebe und führten sie im Geiste der Genossenschaft weiter. Die Genossenschafter in den einzelnen Zonen hatten während vieler Monate untereinander keine Verbindungen, aber sie arbeiteten überall in der gleichen Weise, weil ihnen eine gemeinsame Idee Richtung und Ziel wies.

Die während des ganzen verflossenen Jahres intensiv betriebene Wiederaufbauarbeit führte nicht nur dazu, dass überall die Betriebe wieder in Gang gesetzt wurden, es wurden auch in ganz Oesterreich Konsumgenossenschaften neu gegründet.

Gegenwärtig bestehen insgesamt 22 grosse Betriebsgenossenschaften mit mehr als 1200 Abgabestellen. Die grösste Genossenschaft, die Konsumgenossenschaft Wien, besitzt allein mehr als 300 Abgabestellen.

Der Gedanke der Vereinheitlichung aller Kräfte hat in der Genossenschaftsbewegung grosse Fortschritte gemacht. Der Verbandstag in Bad Ischl war der erste in Oesterreich, auf dem ausnahmslos *alle* bestehenden Konsumgenossenschaften vertreten waren. Sie hatten 150 Männer und Frauen delegiert, die in zweitägigen, überaus gründlichen Beratungen Vorsorge für einen wahrhaft demokratischen Aufbau und Ausbau ihrer Bewegung trafen.

Die Bedeutung der Tagung wurde dadurch unterstrichen, dass ihr aus dem Ausland wie aus Oesterreich prominente Vertreter verschiedener Körperschaften beiwohnten. Vom Bundespräsidenten Dr. Karl Renner, von der jetzt in England weilenden früheren Leiterin der genossenschaftlichen Frauenorganisationen Emmy Freundlich, ferner von den russischen, belgischen, tschechischen und ungarischen Konsumgenossenschaften waren herzliche Begrüssungstelegramme eingelangt.

In ihren Begrüssungsansprachen gaben alle aus- und inländischen Vertreter ihrer Freude und Bewunderung Ausdruck, dass es nach so kurzer Zeit schon möglich war, eine Organisation der arbeitenden Bevölkerung Oesterreichs, die unter den Nazis, durch den Krieg und seine Folgen so schwer gelitten hat, wieder aufzubauen und den Aufbau bis zur Spitze durchzuführen. Bundesminister für Volksernährung *Dr. Frenzel* würdigte die grossen Leistungen der Konsumgenossenschaften, die unmittelbar nach den Kampfhandlungen die Versorgung der Bevölkerung übernahmen. Staatssekretär *Rauscher* vom Ministerium für Vermögensverwaltung und Wirtschaftsplanung hob die grosse Bedeutung hervor, die den Genossenschaften in Zukunft bei der Lösung der schwierigen Aufgaben der Planwirtschaft zukommen wird.

Der Vertreter des Internationalen Genossenschaftsbundes und der Schweiz, Präsident M a i r e vom Verband schweiz. Konsumvereine, gab die Versicherung ab, dass der Internationale Genossenschaftsbund den österreichischen Konsumgenossenschaften jede moralische Unterstützung gewähren wird.

Anders *Hedberg* vom schwedischen Genossenschaftsverband wies auf die Wichtigkeit der demokratischen Organisationen der Genossenschaften, insbesondere auf die Mitgliederausschüsse, hin, die in Oesterreich sehr gut gearbeitet und anderen Ländern — auch Schweden — als Muster gedient haben. Für das landwirtschaftliche Genossenschaftswesen betonten Vizekanzler a. D. Ingenieur *Schumy* und Minister a. D. *Buchinger*, dass die Freundschaft, die schon in der Vergangenheit zwischen den landwirtschaftlichen Genossenschaften und den Konsumgenossenschaften bestanden hat, in Zukunft noch vertieft werden soll.

Auf dem Verbandstag berichtete Dr. Andreas *Vukovich* über die bisher geleistete Wiederaufbauarbeit. Aus dem Bericht war zu entnehmen, dass die Umsätze nach einem Tiefpunkt im April und Mai vorigen Jahres trotz der grossen Warenknappheit überall wieder im Steigen begriffen sind, dass aber auch die Zahl der den Konsumgenossenschaften angeschlossenen Personen steigt. Sie betrug am 1. Januar 1946 nicht weniger als 670 000, 60 000 mehr als ein halbes Jahr vorher. Dr. Vukovich kündigte an, dass nach dem Ausbau der inneren Organisation, der bis zum Herbst vollendet sein wird, eine grosse, ganz Oesterreich umfassende Werbeaktion durchgeführt werden wird. Dr. Ludwig *Strobl* berichtete über den Wiederaufbau der GÖC (Grosseinkaufsgesellschaft österreichischer Consumgenossenschaften) und ihre erfolgreichen Bemühungen, durch Steigerung und Erweiterung der genossenschaftlichen Eigenproduktion die Versorgung der organisierten Konsumenten in Zukunft dauernd zu verbessern.

Bundesrat Erich *Beck* hielt ein Referat über *die Stellung der Konsumgenossenschaftsbewegung in Staat und Wirtschaft* und zeigte auf,

dass die gegenwärtige Unterstellung der Konsumgenossenschaften unter die Gewerbeordnung auf einem von der autoritärfaschistischen Regierung sofort nach Ausschaltung des Parlaments diktatorisch erlassenen Gesetz beruht, dessen unverzügliche Aufhebung die Konsumgenossenschaften im Rahmen der Wiedergutmachung fordern. Er wies darauf hin, dass die Unterbindung des freien Zusammenschlusses von Konsumenten zum Zweck der Errichtung neuer Konsumgenossenschaften oder neuer Abgabestellen den Grundsätzen der Demokratie geradezu ins Gesicht schlägt. Ohne Wirtschaftsdemokratie auf die Dauer auch keine politische Demokratie! Der stürmische Beifall, der diese Ausführungen immer wieder unterbrach, zeigte, dass die Knebelung der Konsumgenossenschaften, die Unterdrückung ihrer Freiheit durch ein faschistisches Gesetz in weitesten Kreisen der Genossenschafter und darüber hinaus der Oeffentlichkeit als ein gänzlich unhaltbarer, mit unserer demokratischen Verfassung völlig unvereinbarer Zustand empfunden wird.

Einheitliche Organisation der Konsumgenossenschaften in Oesterreich

Für Bezirkskonsumgenossenschaften

Entschliessung des Verbandstages. In Uebereinstimmung mit wiederholten Beschlüssen früherer Verbandstage und mit den vom Internationalen Genossenschaftsbund aufgestellten Grundsätzen erklären die am Verbandstag des Zentralverbandes österreichischer Konsumvereine am 29. und 30. Mai 1946 in Bad Ischl versammelten Vertreter der österreichischen Konsumgenossenschaftsbewegung:

Die Erhaltung und dauernde Sicherung der Einheit der Konsumgenossenschaftsbewegung in Oesterreich muss als oberste Richtschnur beim Wiederaufbau der genossenschaftlichen Organisation gelten. In jedem geographisch geschlossenen Gebiet soll daher nur eine Konsumgenossenschaft tätig sein. Da jahrzehntelange Erfahrung bewiesen hat, dass grosse Bezirkskonsumgenossenschaften leistungsfähiger und schlagkräftiger sind als kleine lokale Genossenschaften, soll — wo es die geographischen Verhältnisse zulassen — überall der Bezirksgenossenschaft der Vorzug gegeben werden. Die Entscheidung über das künftige Tätigkeitsgebiet der einzelnen Genossenschaften und damit über ihre geographische Ausbreitung haben in demokratischer genossenschaftlicher Form die Mitglieder selbst zu treffen. Wenn die Mitglieder in einem geschlossenen geographischen Gebiet eine eigene Genossenschaft wünschen, ist diesem Wunsche Rechnung zu tragen, und zwar auch dann, wenn diese Genossenschafter im Rahmen der gegenwärtig bestehenden Konsumgenossenschaften, deren Umfang der Grösse der bisherigen Versorgungsringe entspricht, eine Minderheit bilden sollte.

Sofern bestimmte Gruppen von Mitgliedern als Konsumenten gewisse Sonderinteressen haben (Beamte und mittelständische Kreise, Bauern, einige Kategorien von Arbeitern), ist beim Aufbau der inneren Organisation der Konsumgenossenschaften darauf Rücksicht zu nehmen und diesen Gruppen bei Wahrung der Einheitlichkeit der Genossenschaft ein entsprechendes Eigenleben, verbunden mit Selbstverwaltung der nur diese Gruppe betreffenden Angelegenheiten, einzuräumen.

Solange das den konsumgenossenschaftlichen Organisationen vom Gemeinschaftswerk der DAF entzogene Vermögen diesen nicht zurückgegeben ist, beziehungsweise an sie neu verteilt werden kann, bleibt es bei dem gegenwärtigen Tätigkeitsgebiet der einzelnen Genossenschaften. Die Zeit bis zur Rückerlangung des Genossenschaftsvermögens und seiner Aufteilung soll dazu benützt werden, bei jeder einzelnen jetzt bestehenden Konsumgenossenschaft klarzustellen, ob es bei der endgültigen Regelung bei dieser einheitlichen Genossenschaft bleibt oder ob an ihrer Stelle zwei oder mehrere Genossenschaften errichtet werden sollen. In diesem Falle ist das Tätigkeitsgebiet zwischen diesen Genossenschaften eindeutig abzugrenzen.

Bei allen Konsumgenossenschaften ist auf die Vergrösserung des Mitbestimmungsrechtes und der Mitverantwortung der

Genossenschafter in den einzelnen Orten Bedacht zu nehmen: die lokale Autonomie ist, soweit sie sich mit der Steigerung der Leistungsfähigkeit vereinbaren lässt, zu erhöhen; dort, wo es zweckmässig erscheint, sind innerhalb einer grösseren Bezirksgenossenschaft einzelne Gebiete organisatorisch zusammenzufassen und mit jenem Teil von Aufgaben der Gesamtleitung zu betrauen, der von der Organisation des betreffenden Gebietes besser erledigt werden kann.

Der Verbandstag beauftragt den Verbandsausschuss, die vorstehenden Gesichtspunkte bei der endgültigen Wiedererrichtung der Konsumgenossenschaften in Oesterreich zur Geltung zu bringen und allfällige Differenzen im Sinne dieser Entschliessung auszutragen.

Der Verbandstag hat in zweitägiger anstrengender Arbeit den Grundstein nicht nur für den äussern Aufbau, sondern auch für den innern Ausbau der gesamten konsumgenossenschaftlichen Organisation gelegt. Er hat die Wiederaufnahme der genossenschaftlichen Bildungsarbeit, die vor der Naziherrschaft so verheissungsvolle Ansätze entwickelte, beraten und beschlossen; er hat die Voraussetzungen für die Einleitung einer grosszügigen genossenschaftlichen Propaganda geschaffen und die Parolen für den Kampf ausgegeben, durch den der Bewegung eine ihrer Bedeutung entsprechende Stellung im öffentlichen Leben, in Staat und Wirtschaft gesichert werden soll. H. R.

Der Automobilist und die Genossenschaftsidee

Ein Mitarbeiter der «*Automobil-Revue*» schreibt in derselben:

Der Genossenschaftsgedanke ist eines der grossen konstruktiven Prinzipien, welche dem Automobilismus von morgen sein Gepräge geben werden.

Es besteht ein hohes volkswirtschaftliches Interesse, die zusammengefasste Kaufkraft der Automobilisten in das Spiel des Marktes einzuschalten. Der Kern der Genossenschaftsidee, die zu propagieren gerade für die Schweiz eine historische Ehrenpflicht darstellt, ist die gemeinsame Selbsthilfe. So schlossen sich die Bauern zusammen, um gemeinsam die Alpweiden zu bewirtschaften und den Nutzen zu teilen. Der einzelne war zu arm und zu schwach dazu. Mit vereinten Kräften aber war es möglich. So errichteten zahlreiche Gewerbezweige ihre Einkaufsgenossenschaften, um gemeinsam ihren Lieferanten die Stange halten zu können, so bauten sich viele Familien ihre Eigenheime unter gegenseitiger Unterstützung. So brachen die Lebensmittelkonsumenten die starren Marktschrauben durch ihre Konsumgenossenschaften.

Das Prinzip ist überall das gleiche: Eine Vielzahl schwacher Wirtschaftssubjekte schliesst sich zusammen, um gemeinsam einem Problem die Stirne zu bieten, das keiner allein meistern könnte. Das geringe Wirtschaftspotential des einzelnen wird ein mächtiges Gegengewicht gegenüber einem überlegenen Partner, wenn man es mit 10, 100, 1000 anderen zusammennimmt.

Im Auslande sind schon verschiedene Ansätze zu einer solchen Entwicklung auf automobilistischem Gebiete zu verzeichnen.

So kennt man in den USA Strassendienste, Service und Einkauf auf genossenschaftlicher Basis. Ein Problem für sich ist die Autoversicherung auf Gegenseitigkeit, die nicht ohne weiteres als Beispiel herangezogen werden kann. Besonders interessant haben sich die Dinge auf dem Gebiete der Erdölversorgung entwickelt. Man ist hier am Ausbau einer internationalen Erdölgenossenschaft. Dem Ausschuss gehören ein Amerikaner, ein Franzose, ein Schwede, ein Schotte und ein Engländer an. Die Entwicklung wird heute noch von der allgemeinen Genossenschaftsbewegung getragen.

Schwedische Genossenschaften haben im Hafen von Malmö ein Erdöllager mit 20 Millionen Liter Fassungsvermögen erworben. Verschiedene Konsumentengruppen sind angeschlossen, landwirtschaftliche Organisationen, Fischer und die Taxihalter von Stockholm.

Bedenkt man die Zahl der Automobilisten und den Wert der auf dem Spiel stehenden Interessen, so kann man unschwer ausrechnen, welche gewaltigen Entwicklungsmöglichkeiten der Genossenschaftsgedanke im Automobilismus hat.

Mit dieser Beurteilung der objektiven Chancen ist freilich noch nichts darüber gesagt, bis zu welchem Grade eine solche Entwicklung volkswirtschaftlich wünschbar ist. Unbestreitbar volkswirtschaftlichen Wert haben wir der Genossenschaft zuerkannt, welche die «Mauer» zum allseitigen Nutzen bricht. Dazu genügt aber eine Genossenschaft, die stark genug ist, um als Regualtor zu wirken und die Politik der grossen Wirtschaftspartner entscheidend zu beeinflussen. Die umfassende Zusammenballung der Nachfrage wäre wohl für das lebendige Gebiet des Automobilismus nicht weniger schädlich als eine übertriebene Konzentration des Angebotes.

Die Regulativgenossenschaft soll die Macht der summierten Nachfrage ausnützen, um die Interessen der Konsumenten zu wahren, nicht um die Produzenten und die Händler mehr oder weniger auszuschalten. Sie soll so weit entwickelt werden, als sie in einer freien Wirtschaft als regulierender Faktor Existenzberechtigung hat.

Diese Grenzen muss man sich vor Augen halten. Bleiben sie gewahrt, so wird die Genossenschaftsidee tatsächlich eines der grossen konstruktiven Prinzipien des Automobilismus von morgen sein.

Obligatorischer Fähigkeitsausweis bei Krise nur? Nein, auf alle Fälle, deshalb auch in der Hochkonjunktur!

Gegen Ende des Krieges erwartete man eine starke Arbeitslosigkeit und als eine Folge derselben das Eindringen wenig oder nicht vorgebildeter Kreise in die verschiedenen Gewerbe. Man hat deshalb den Bundesratsbeschluss vom 16. Februar 1945 betreffend den Fähigkeitsausweis für die Eröffnung von Betrieben im Gewerbe erlassen. Was nach Beendigung des Krieges jedoch eintraf, war nicht die Arbeitslosigkeit, sondern eine Hochkonjunktur — auf allen Gebieten der Wirtschaft. Auch das Gewerbe weiss kaum mehr aus und ein mit seinen Aufträgen. Man sollte meinen, damit sei die Frage der Unterstellung von Gewerben unter die Bestimmungen des Fähigkeitsausweises weniger dringlich geworden. Doch weit gefehlt. Nachdem die Krise und Arbeitslosigkeit nicht die gewünschten Argumente liefern können, muss die *Ueberkonjunktur* herhalten. Sie soll schuld sein, dass berufsfremde und berufsuntüchtige Elemente in die Gewerbe eindringen. Herr Nationalrat A. Schirmer hat deshalb die folgende Interpellation eingereicht:

«Ist der Bundesrat bereit, über den Vollzug des Bundesratsbeschlusses vom 16. Februar 1945 betreffend den Fähigkeitsausweis für die Eröffnung von Betrieben im Gewerbe Bericht zu erstatten und die hängigen und zukünftigen Gesuche der Berufsverbände unter dem Gesichtspunkt zu prüfen, dass wegen der als Kriegsfolge zu wertenden Ueberkonjunktur der schweizerischen Wirtschaft und dem daraus resultierenden Eindringen von berufsfremden und berufsuntüchtigen Elementen die Kapazität verschiedener Handwerkszweige in ungesunder Weise aufgebläht wird, wodurch die zukünftige Existenz der betroffenen Berufsgruppen bedroht ist?»

Die Interpellation wurde im Auftrag der einstimmigen interfraktionellen Gewerbegruppe eingereicht und ist von weiteren 29 Nationalräten unterzeichnet.

Ob das Echo selbst aus den eigenen Kreisen auf diese Interpellation überall wohlklingt? Wie mancher Meister muss heute glücklich sein, dass er überhaupt Arbeitskräfte bekommt. Angesichts der Abwanderung seiner eigenen Leute in die Industrie nimmt er heute auch weniger qualifizierte, in der Hoffnung, dass sie sich mit der Zeit bewähren. Und wenn sie sich bewähren, soll ihnen dann die Weiterexistenz im gleichen Berufe durch alle möglichen gesetzlichen Bestimmungen verunmöglicht werden?

Jedenfalls bietet der Bundesratsbeschluss vom 16. Februar keine Grundlage, wegen der «Ueberkonjunktur» den Fähigkeitsausweis in weiteren Gewerben einzuführen. Schon die Erlasse für das Schuhmacher- und Coiffeurgewerbe sind sehr betrübliche Dokumente für die heutige Rechtsauffassung. Aber offenbar traut man dem Gesetzgeber noch viel kühnere Sprünge zu. Möge sich unser Vertrauen rechtfertigen, dass er einem solchen Ansinnen ein entschiedenes Nein entgegensetzt.

Die Aufgaben der Genossenschaften in Staat, Wirtschaft und Kultur

Auf die grosse Zukunft, die der genossenschaftlichen Arbeit in Oesterreich zukommt, wies Minister a.D. Ing. Vinzenz *Schumy* in einem Vortrag hin, den er im grössten Hörsaal der Handelshochschule in Wien über die Bedeutung des Genossenschaftswesens hielt.

Minister Schumy schloss seine Ausführungen mit einer Zusammenfassung der Erkenntnisse, die die Genossenschaften aus den Lehrmeinungen volkswirtschaftlicher Forscher und aus den praktischen Erfahrungen beim Aufbau und bei der Fortführung des Genossenschaftswesens gewonnen haben:

1. Die Grundformen des Kapitals werden in Zukunft nicht mehr sein: Privatkapital und Staatskapital, sondern es schiebt sich zwischen die beiden eine neue starke Form: das Genossenschaftskapital.
2. Dieses Hineinwachsen erfolgt aber nicht auf revolutionärem Wege, sondern auf der Grundlage allmählicher Entwicklung und Erstarkung der Genossenschaftsidee.
3. Vom Standpunkt der landwirtschaftlichen Genossenschaft aus gesehen kann die Wirtschaft nur als ein organisches Ganzes betrachtet werden, in dem die einzelnen Organe zwar arbeitsteilig, aber letztlich doch zusammenfassend tätig sind und jedes Organ das ihm zugemessene Leistungsmass zu vollbringen hat.
4. Ein wichtiges Element des öffentlichen Lebens ist der freie Wettbewerb. Dieser schafft klare Verhältnisse und zwingt zur höchsten Anspornung der Kräfte. Im freien Wettbewerb ist es jedoch notwendig, zum mindesten erwünscht, dass ein Teil durch das Kollektivprinzip verkörpert wird, denn nur so lassen sich die Schäden des freien Wettbewerbs zwischen privaten Faktoren vermeiden, wie sie in der liberalen Wirtschaft beobachtet worden sind.
5. Hinsichtlich der Betriebsgestaltung ist es notwendig, dass überall im Genossenschaftsbereich und wenn möglich auch darüber hinaus demokratische Prinzipien der Selbstbestimmung zur Geltung kommen, die insbesondere bestimmt sind, der Verbürokratisierung entgegenzuwirken. Diese Art von Betriebsdemokratie hat die Aufgabe, die Betriebsführung fachlich und kaufmännisch zu befähigen, den freien Wettbewerb zu bestehen.
6. Die Genossenschaft als Gesellschaftsform hat die Aufgabe, den Genossenschafter in materieller Hinsicht (Schutz gegen Uebervorteilung, gegen Wucher und Ausbeutung durch Ausschaltung überflüssiger Zwischenstufen) und in sittlicher Richtung durch Förderung des Gemeinsinnes, der gegenseitigen Unterstützung und des Solidarismus zu heben.
7. Dem landwirtschaftlichen Genossenschaftswesen kommt in seinen höheren Organisationsstufen die Aufgabe zu, als Instrument der Lenkung und der Planung der Produktion, der Verteilung und des Konsums verwendet zu werden.
8. Die Genossenschaftsinstitution ermöglicht nicht allein das planmässige Zusammenwirken von Produktion und Handel unter Ausschaltung entbehrlicher Zwischenglieder, sondern auch das Zusammenwirken von Landwirtschaft, Industrie und Gewerbe, ohne dass der wettbewerbsfähige Private dadurch ausgeschaltet werden soll.
9. Die derzeitige genossenschaftliche Gesetzgebung wird als ein durchaus brauchbares und erprobtes Instrument für die Fortführung und Ausgestaltung des Genossenschaftswesens bezeichnet. Wenn aber eine Fortbildung der bestehenden Gesetze notwendig ist, dann wird sich diese in der Hauptsache auf die Durchsetzung der Genossenschaftsautonomie, auf die fachliche Fortbildung der Hilfskräfte und Funktionäre und auf die Fortentwicklung der Revisionsvorschriften erstrecken müssen.
10. Das landwirtschaftliche Genossenschaftswesen sollte von machtpolitischen Bestrebungen und von Politik im allgemeinen ferngehalten werden. Es sollte in erster Linie als ein brauchbares Instrument zur Fortentwicklung unserer Wirtschaft und unserer sozialen Zustände und zum Wiederaufbau unseres schwer geprüften Staates Oesterreich herangezogen werden.

Schwedisches und schweizerisches Konsumgenossenschaftswesen

Im Rahmen eines ausserordentlichen Arbeitsabends der *Wissenschaftlichen Arbeitsgemeinschaft für Wirtschafts- und Genossenschaftsfragen (WAG) Basel*, sprach am 27. Juni der Chef des Buchverlages des Verbandes schwedischer Konsumgenossenschaften, *Johannes Lindberg, Stockholm.* Der rührige Obmann der WAG, *Hans Handschin*, Bibliothekar des V.S.K., entbot den Willkommgruss, in den er auch Herrn *Friberg* einschloss, der zusammen mit dem Referenten Schweden an der Delegiertenversammlung in Montreux vertreten hatte. Das ausgezeichnete, in liebenswürdiger Form vorgetra-

gene Referat gewann das Interesse einer stattlichen Zuhörerschar.

Nach einem Rückblick in die Frühzeit des Konsumgenossenschaftswesens schilderte der Referent vorerst das Entstehen und den Aufbau der finnischen und dänischen Genossenschaftsbewegung, um dann auf die eigentlichen Verhältnisse in Schweden überzuleiten. Die schwedischen Konsumgenossenschaften sind noch relativ recht jungen Ursprunges und galten anfänglich ausgesprochen als eine Einrichtung der «kleinen Leute». Wesentliches Merkmal ihrer Entwicklung ist die Parallelität mit dem Wachsen der industriellen Organisation. Heute bilden die schwedischen Konsumgenossenschaften mit ihren zahlreichen Produktionsbetrieben im Wirtschaftsleben dieses Landes einen Faktor von bemerkenswerter Grösse und steigendem Einfluss.

Lindberg bezeichnete die Schweden als ausgesprochene Sanguiniker. Hieraus erklären sich in der Zeit vor und während dem ersten Weltkriege die zahlreichen Genossenschaftsgründungen, die oft genug mit völlig ungenügendem Kapital vorgenommen wurden. Es war dies dann vor allem die Ursache für die vielfach prekäre Lage der schwedischen Konsumgenossenschaften in den zwanziger Jahren. Zur Sanierung dieser Vereine wurde in der Folge ein «Schwedischer Haushaltverein» gegründet, dem es nach gewisser Zeit gelang, die Bewegung zu konsolidieren, und der ein wesentliches Verdienst am Umfang und an der Grösse der heutigen schwedischen Bewegung hat.

Wie bei uns sind die schwedischen Konsumgenossenschaften völlig unabhängig. Ihr Aufbau entspricht den Prinzipien von Rochdale. Besondere Bedeutung kommt aber den genossenschaftlichen Produktionsbetrieben zu, die sich auch durch ihren kompromisslosen und erfolgreichen Kampf gegen die kapitalistischen Trusts und Kartelle auszeichnen.

Unter anderem produzieren die schwedischen Genossenschaften in eigenen Betrieben Margarine, Glühlampen, Mehl, Schuhe, Textilien, Kunstdünger u. a. m.

Abschliessend gab Johannes Lindberg seiner Ueberzeugung Ausdruck, dass die Konsumgenossenschaften sich gegen eine staatlich gelenkte Wirtschaft wenden müssen. Auf die Dauer kann die Genossenschaftsbewegung nur in der frischen Luft einer freien Wirtschaft sich erfolgreich und zu Gunsten der Konsumenten weiterentwickeln. Für die Zukunft fordert der Referent von den Konsumgenossenschaften, dass sie sich noch mehr rationalisieren und noch besser organisieren müssen, wollen sie dem Ansturm der privatkapitalistischen Konkurrenz erfolgreich begegnen. Der genossenschaftlichen Werbung und Propaganda kommt in diesem Zusammenhange erhöhte Bedeutung zu. Insbesondere legte der Referent Wert auf die Feststellung, dass das Streben nach möglichst tiefen Preisen vor die Sorge für eine hohe Rückvergütung zu treten habe. Johannes Lindberg sieht ferner in der internationalen Zusammenarbeit der Konsumgenossenschaften noch ein weiteres wichtiges Moment für die Hebung der Leistungsfähigkeit.

Reicher Beifall belohnte diese vorzüglichen und richtungweisenden Ausführungen des schwedischen Gastes. In der regen *Diskussion* ergriffen auch die Herren Direktoren *O. Zellweger* (V. S. K.) und *E. Rudin* (ACV beider Basel) das Wort; beide weilten kürzlich in Schweden und waren deshalb in der Lage, vergleichende Schlüsse mit der schweizerischen Genossenschaftsbewegung zu ziehen. E. H.

Kurze Nachrichten

Zusammenarbeit von Basel-Stadt und Baselland in bezug auf Rheinschiffahrt und Häfen. Der Regierungsrat von Baselland hat mit dem baselstädtischen ein Abkommen über die Zusammenarbeit in Rheinschiffahrts- und Hafenangelegenheiten abgeschlossen; demnach überträgt der Kanton Baselland mit Zustimmung von Basel-Stadt dem Basler Rheinschiffahrtsamt die Direktion der Hafenanlagen Au/Birsfelden. Die Häfen werden nach dem Grundsatz einer grösstmöglichen Parität verwaltet. Die beiden Kantone verpflichten sich, die Tarife im Verkehr nach und von ihren Häfen im Sinne der Parität zu gestalten; sie erheben die gleichen Hafenabgaben, wahren auch in bezug auf Zollregime ihrer Häfen den Grundsatz der Parität.

Die Importe auf dem Seeweg für unser Land nehmen weiterhin zu. Nach den letzten amtlichen Mitteilungen befinden sich zahlreiche Schiffe mit den verschiedensten Lebensmitteln und Brennstoffen auf hoher See. Aus Nordamerika werden vier Schiffe mit Kohlen und zwei Schiffe mit Getreide erwartet. Aus Südamerika sind neun Dampfer mit Getreide und Futtermitteln und ein weiterer Frachter mit Futtermitteln unterwegs. Aus Afrika wird ein Dampfer mit Kopra eintreffen und aus der Türkei werden zwei Dampfer mit Kohlen erwartet.

Im Hafen von Savona sind in der ersten Hälfte 1946 von 38 grossen Handelsschiffen 242 306 Tonnen Waren für die Schweiz umgeschlagen worden. Davon entfallen 174 316 Tonnen auf Kohle und 45 114 Tonnen auf Treibstoffe. Insgesamt haben in diesem Zeitraum 749 Schiffe, davon 203 grosse Dampfer verschiedenster Nationalitäten angelegt. Die Wiederinstandstellung des Hafens wird mit Energie fortgesetzt.

In Finnland wurden reiche Wolfram- und Kupfervorkommen entdeckt.

Ein Weltpass, der alle die komplizierten heute notwendigen Ausweispapiere für internationale Reisen ersetzen soll, wird von einer amerikanischen Gesellschaft, der namhafte Persönlichkeiten der Industrie, des Handels und des Verkehrs angehören, vorgeschlagen.

Die britischen Bäcker revoltierten gegen die Inkraftsetzung der Brotrationierung. Es ist ihnen jedoch offensichtlich nicht gelungen, die Meinung der Regierung zu ändern.

Der französische Aussenhandel weist für die erste Hälfte dieses Jahres ein Defizit von 72 620 Millionen Franken (Einfuhren 106 274 Millionen Franken und 15 231 400 Tonnen; Ausfuhren 33 654 Millionen Franken und 4 425 278 Tonnen).

Der finnische Aussenhandel im ersten Halbjahr 1946 betrug an Importwerten 9071 Mill. Fm. gegen 2207.9 Mill. Fm. im ersten Halbjahr 1945. Die Exportwertsumme belief sich im ersten Halbjahr 1946 auf 7309,4 Mill. Fm., wozu noch 3861.9 Mill. Fm. Kriegsentschädigungswaren kommen.

Die Versicherungen in Bulgarien sind verstaatlicht worden. Die bulgarische Nationalversammlung hat einstimmig den Antrag des Finanzministeriums auf Schaffung eines staatlichen Versicherungsmonopols angenommen, das zu einer Entwicklung der Versicherung und zur Reduktion der Prämien beitragen soll.

Die französische Zelluloseproduktion erreichte im Mai dieses Jahres mit 22 980 Tonnen das Maximum seit der Befreiung und rund 80 % der Produktion von 1938.

Die Brotration in Europa. Nachdem in England die Brotrationierung eingeführt wurde, macht die «Schweiz. Bäcker- und Konditorenzeitung» hierüber folgende Angaben:

Russland . . .	3169 g	Rumänien . . .	2065 g
Bulgarien . . .	2775 »	Frankreich . . .	2065 »
Jugoslawien . .	2773 »	Tschechoslowakei	2037 »
Griechenland . .	2490 »	Polen	1864 »
Holland	2377 »	England	1782 »
Belgien	2361 »	Schweiz	1758 »
Luxemburg . . .	2348 »	Schweden . . .	1485 »
Norwegen . . .	2264 »	Italien	1385 »
Finnland . . .	2122 »	Ungarn	1147 »

In Deutschland betragen die wöchentlichen Rationen: in der britischen Zone 1245 g, in der amerikanischen Zone 1584 g, in der französischen Zone 1046 und in der russischen Zone 1065—1726 g. Die Ausmahlung des Getreides ist am stärksten, nämlich 90 %, in Frankreich, Deutschland, Griechenland und Italien. Australien kennt nur eine 70prozentige Ausmahlung, Kanada eine solche von 73 % und die USA von 80 %. In der Schweiz beträgt sie 88 %.

Die Siedlung Wylergut feiert den Einzug der Konsumgenossenschaft Bern

Ende Mai wurde die neue Ablage der Konsumgenossenschaft Bern in der Siedlung Wylergut eröffnet. Bis dahin bestand eine provisorische Verkaufsstelle, die ein volles Jahr in einer einfachen Holzbaracke untergebracht war. Das neue Gebäude beherbergt wohl die schönste Verkaufsfiliale. Mit Recht kamen die KG Bern und die Siedlungsgenossenschaft überein, die Eröffnung des neuen Ladens mit einer Feier zu verbinden.

Den Auftakt zu diesem Fest schufen die etwa 350 Kinder, die sich zusammen mit einer Anzahl Mütter und Väter vor dem Konsumgebäude versammelten und sich dann im nahen Walde vergnügen durften.

Die älteren Einwohner der Siedlung waren an einem Abend zur eigentlichen Schlüsselübergabe geladen. Diese erfolgte aus der Hand von Herrn Minnig, Präsident der KG Bern, an Herrn Ruckstuhl, Obmann der Ladengemeinschaft Wylergut. Dieser dankte den Genossenschaftsbehörden und der Verwaltung der Konsumgenossenschaft für das prächtige und architektonisch sich tadellos in die Siedlung einfügende Konsumgebäude.









Für die PRAXIS



Ein genossenschaftsbewusster Magazinchef

Der Magazinchef des Lebensmittelvereins Romanshorn und Umgebung schreibt in der «Bodensee-Möve» u. a.:

Ist es nötig, dass der LVR z. B. 9 verschiedene Packungen Waschpulver, 7—8 Sorten Waschseife, 5 verschiedene Bleichsoda führen muss? In erster Linie sollte da unsere Eigenmarke CO-OP empfohlen und in den Vordergrund gestellt werden, die wir in diesen Artikeln in vorzüglicher Qualität und jede Konkurrenz aushaltend zur Verfügung haben. Genügt es nicht, wenn wir statt 15 Sorten Schachtelkäse nur halb so viel führen? Sind nicht heute, wo die Technik und die Wissenschaft so fortgeschritten sind, alle diese bekannten Sorten weitgehend gleich in Qualität und Zusammensetzung? Sind es nicht bloss äussere Merkmale, Verpackung, Reklame usw., die den Käufer zu beeinflussen vermögen?

Wir wollen uns etwas bei der Praxis aufhalten, um darzulegen, was für Nachteile ein zu grosses Warensortiment in sich hat. Bleiben wir bei vorerwähnten Artikeln. Der Magazinchef bestellt Waschartikel. Heute müssen für unser Sortiment 8 Bestellungen geschrieben werden. Das bedeutet Zeit- und Materialverlust. Nach ein paar Tagen bringt das V. S. K.-Auto CO-OP Waschpulver, am Mittwoch kommt per Bahn Radion, am Donnerstag Boril, am Freitag Bienna, am Samstag Plex und am Montag Persil. Jeden Tag müssen nun vom Magaziner Waschmittel kontrolliert und dann gelagert werden. 8—9mal ist eine Eintragung im Wareneingangbuch nötig; 8—9mal müssen Rechnungen verbucht, dem Magazin belastet und vom Magazinchef kontrolliert werden. Jeder Sorte ist im Lager ein Platz zugedacht. Wenn nun die Filialen beliefert werden, so muss der Magaziner, bis er alle Sorten gerichtet hat, 7—8mal die gewünschte Menge Pakete aus den verschiedenen Kisten zählen. Die Verkäuferin ihrerseits muss dann 7—8 Sorten Waschpulver nachzählen anstatt der 2—3 Sorten, wie es nach der Sortimentsvereinfachung der Fall sein könnte.

Bei vereinfachtem Lager liesse sich gleichviel Umsatz mit dem halben bisherigen Zeit- und Arbeitsaufwand bewältigen.

Im Verkauf wirkt sich das auch wieder hinderlich aus. Der unschlüssige Kunde hält die Verkäuferin unnötig lange auf, wenn er aus einer so grossen Auswahl nicht mehr weiss, was er kaufen will. Sie sehen also: Ueberall Zeitverlust, und Zeit ist Geld. Diese Beispiele könnten beliebig vermehrt werden. Ich denke da an Speisefette, Nährmittel, Kakao, Teigwaren, Pudding usw. Immer die gleiche ungünstige Erscheinung. Je mehr Artikel geführt werden, desto grösser wird die Gefahr, dass man die Uebersicht darüber verliert. Die Folgen sind, dass der eine oder andere Artikel vergessen wird, er wird alt, er setzt sich nicht rasch genug um, er wird schlecht und unverkäuflich, was zu Abschreibungen und Verlusten führt. Zusammenfassend kann man sagen:

Zuviel Sorten vermindern den Lagerumschlag und verlangsamen den Verkauf.

Wenn an Stelle von 8—9 gleichen Artikeln nur 2—3 geführt werden, so müssen wir unsere Einkaufskraft nicht zersplittern. Wir können von diesen wenigen Sorten grössere Mengen einkaufen und erzielen damit preisliche Vorteile. Mit viel kleinerem Lager kann ein gleich grosser Umsatz bewältigt werden. Wir wollen nicht die Methoden der Migros kopieren, die ja mit nur einer Sorte Waschpulver, einem Scheuerpulver auskommt; aber wir haben allen Grund dazu, unser Warensortiment einer Prüfung zu unterziehen, es zu vereinfachen und damit den Wert des Warenlagers zu reduzieren.

Wenn schon von der Sortimentvereinfachung die Rede ist, so haben wir hiezu Gelegenheit, *indem wir den Verkauf von offenen Artikeln möglichst einschränken.* Einen Versuch haben wir bereits von uns aus gemacht, und zwar beim Essig. Dieser wird seit einiger Zeit nur noch in Flaschen geliefert, eine Massnahme, die sich sehr gut und ohne Widerstände eingeführt hat. Es profitieren alle am Verkauf direkt oder indirekt Beteiligten. Wir im Magazin sparen viele Arbeitsstunden, weil das Abfüllen vom Fass in die Korbflaschen dahinfällt. Die Verkäuferin braucht nicht mehr mühsam die grosse Korbflasche im Laden zu kippen und darauf zu achten, dass nicht die Hälfte verschüttet wird. Von nun an ein Griff ins Gestell, und schon steht die Essigflasche gefüllt, sauber und appetitlich vor dem Mitglied auf dem Ladentisch, ebenso beim Speiseöl. Verluste für Vermessen oder Rückstände im Fass und Behälter sind ausgeschlossen. Das gleiche soll geschehen mit Petrol, Sprit, Bodenwichse, Schmierseife und Senf.

Wo preislich keine oder nur geringe Differenzen bestehen zwischen offener und abgepackter Ware, sollte diese Neuerung ohne weiteres eingeführt werden können. Wo die Preisdifferenz besonders gross erscheint, ist es nun Aufgabe der Verkäuferin, Bedenken des Käufers durch sachliche Aufklärung zu zerstreuen. Z. B. bei Senf ist die Preisdifferenz gross. Die Tube zu 110 g kostet 66 Rp., für 110 g offenen Senf bezahlt das Mitglied 35 Rp. Differenz also 31 Rp. Diese 110 g Senf offen braucht das Mitglied aber nicht auf einmal. Es hat unter Umständen zwei bis drei Wochen daran. Wenn es nun beim zweiten Gebrauch nach etwa vier bis fünf Tagen das Glas Senf zur Hand nimmt, stellt es fest, dass sich oben eine Kruste gebildet hat, die es wegwerfen muss. Das wiederholt sich bei jedem Gebrauch. Schliesslich hat es dann soviel Senf nicht mehr verwenden können, dass der Verlust der Preisdifferenz ganz oder teilweise aufwiegt (abgesehen davon, dass Senf, offen aufbewahrt, nicht besonders appetitlich wirkt). Wenn dem Käufer diese Verluste und Nachteile vorgerechnet und die Vorteile der Tube (appetitlich, sauber, kein Verlust,

stets frisch gebrauchsbereit, bis zum letzten Rest verwendbar) erklärt werden, so wird er unser Vorgehen begreifen. Also auch hier Vereinfachung und Beschleunigung des Verkaufs, an dem auch die Mitgliedschaft interessiert ist.

Kleines Warenlager, kleines Sortiment, bedeutet weniger grosse Kapitalanlage, kleinere Lagerzinsen, weniger Abschreibungen (weil sich die Ware rasch umsetzt), kleinerer Lagerraum, übersichtlichere Lagerung und Darstellung der Waren im Magazin und Laden.

Von dieser erstrebenswerten Vereinfachung profitiert nicht nur das Geschäft, das Magazin- und Verkaufspersonal, sondern auch, was wesentlich ist, der Konsument. Das kann sich in Form von niedrigeren Preisen oder erhöhter Rückvergütung auswirken.

Wir hoffen nun, dass sich auch unsere Verkäuferinnen für diese Neuerung interessieren, dass sie eifrig mithelfen an der Verwirklichung unseres Grundsatzes:

«Kleines Warenlager — grosser Umsatz.»

Am Schaufensterbudget einsparen ...

«Wie spart man am Schaufenster ein?» Diese Frage wird uns in der Praxis oft gestellt. Argumente, wie zum Beispiel: «Das ist zu teuer» oder «Das können wir uns halt nicht leisten» und ähnliche hören wir fast jeden Tag.

Nun, wir wissen natürlich, dass das Reklamebudget, und damit auch das Budget für das Schaufenster, im Einklang zum Umfang des Betriebes stehen muss, und dass dieser in erster Linie einmal durch den Umsatz bedingt ist. Es wäre aber eine ganz falsche Betrachtungsweise, den Umsatz als etwas Starres, Feststehendes und Unverrückbares zu betrachten. Im Gegenteil: Man macht ja Reklame, um den Umsatz zu steigern.

So paradox es klingt: In vielen Fällen raten wir, mehr auszugeben, um damit einzusparen. Auf weite Sicht berechnet, ist es sparsamer, mehr aufzuwenden, wenn dadurch der Umsatz entscheidend beeinflusst werden kann. Nicht die absolute Höhe des Reklamebudgets ist wichtig, sondern nur ihre relative, das Verhältnis zum Umsatz. Nichts ist zu teuer, wenn es ein Vielfaches zurückbringt.

Wenn man uns also fragt: Wie sparen?, so antworten wir zuerst mit der Gegenfrage: «Kann nicht durch eine bessere Pflege des Schaufensters der Umsatz gesteigert werden?» In einem grossen Teil aller Fälle endet diese Problemstellung damit, dass wir raten: «Geben Sie Ihrem Fenster ein neues Gesicht!» Dabei muss nicht an einen umfangreichen und teuren Umbau gedacht werden. Oft genügt ein leichter Ausbau, damit das Schaufenster den Hintergrund abgibt, auf dem sich die Ware so gefällig ausstellen lässt, dass damit die Kauflust angeregt wird. Eine Regel aus der Praxis, so einfach sie auch klingen mag, kann nicht oft genug wiederholt werden: Je sauberer, einwandfreier und je gediegener der Hintergrund, der Boden und die Wände der Schaufensterauslage gestaltet sind, um so besser, leichter und vor allem auch rascher lässt sich dekorieren!

Alle jene, welche vor einer Modernisierung ihrer Schaufensterauslage zurückschrecken, mögen darüber nachdenken, wieviel eigene und fremde Arbeitszeit von einem umständlichen und veralteten Schaufenster verschlungen wird! Gar nicht zu reden davon, dass solche Fenster wenig Beachtung finden. Wie leicht gestaltet die kundige Hand des Dekorateurs ein Schaufenster neu. Oft kann von Vorhandenem etwas Besseres gemacht werden: eine Pavatexplatte erhält einen neuen Ueberzug, einen abgestimmten Farbton, zerstossene Ecken werden mit Leisten verkleidet; am richtigen Ort wird ein Vorhang angebracht oder ein Paravent plaziert; eine zu stark auffallende Beschriftung des Fensters wird entfernt, oder es wird die Beleuchtungsanlage verbessert usw. Kleinigkeiten — im wahrsten Sinn des Wortes — können Wunder wirken.

Nachträglich hört man dann das bekannte Lied: «Ja, wenn wir das gewusst hätten, das hat sich ja mehr als bezahlt gemacht; heute können wir es kaum verstehen, dass wir nicht schon früher ans ‚Umbauen' gedacht haben usw.» R. K. in «Wirtschaftsdienst»

Zusammenarbeit

Ein gutes Beispiel von Zusammenarbeit lieferte die Société coopérative de consommation, Delémont, in folgendem Falle.

Ein Mitglied dieser Genossenschaft verlegte seinen Wohnsitz nach Bern. Die S. c. d. c. Delémont teilte uns in einem Brief die neue Adresse des Betreffenden mit und bat uns gleichzeitig, die Konsumgenossenschaft Bern darauf aufmerksam zu machen, damit sie die Familie einlade, nun bei ihr Mitglied zu werden.

Eine solche Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Vereinen ist sehr erfreulich und wird bestimmt gute Früchte tragen.

„Gesichter", die eine Verkäuferin nicht zeigen darf

Ein geringschätziges Gesicht, wenn ein anscheinend Minderbemittelter nach teurer Ware fragt.

Das überlegene Gesicht, wenn das Mitglied behauptet, Fachmann zu sein.

Das spöttische Gesicht, wenn ein Mitglied an Geschmacklosigkeiten Gefallen findet.

Das verzweifelte Gesicht, wenn das Mitglied sich bei der Auswahl der Ware nicht schlüssig werden kann.

Das zornige Gesicht, wenn ein Mitglied ohne Kauf den Laden verlässt.

Das höhnische Gesicht, wenn ein Mitglied die Ware des Konkurrenzgeschäftes für besser hält.

Das beleidigte Gesicht, wenn ein Mitglied eine Ware zu kaufen wünscht, die nicht am Lager ist.

Das ungehaltene Gesicht, wenn das Mitglied in der Mittagspause kommt.

Das streitbare Gesicht, wenn das Mitglied Vorwürfe macht.

Das vorwurfsvolle Gesicht, wenn ein Mitglied an der Ware etwas auszusetzen hat.

Das unwirsche Gesicht, wenn ein Mitglied eine Gefälligkeit verlangt.

Das unfreundliche Gesicht, wenn ein Mitglied kurz vor Ladenschluss zum Einkauf kommt.

Das steife Gesicht, wenn ein Mitglied sich beschwert.

«Bodensee-Möwe»

Lebendige Zirkulare

Das Zirkular — ist es in diesen Jahren des unaufhörlichen Papierkrieges nicht entwertet worden? Hat man nicht genug und übergenug bekommen von dieser Papierflut, die auch das Verkaufspersonal nicht verschont hat, nicht verschonen konnte? denn sie war notwendig. Aber eines möchte man doch in vermehrtem Masse von ihren Verfassern wünschen: mehr Liebe. Auch Zirkulare können freundlich, einladend und interessant gestaltet werden. Dies um so mehr, als Zirkulare ja gelesen werden und nicht ungelesen in den Papierkorb wandern sollen. Und gerade im Hinblick auf diese Lebendigkeit, die jedem Zirkular irgendwie entströmen sollte, ist das Zirkular des LVZ, das wir auf der folgenden Seite wiedergeben, besonders erfreulich. Man darf gewiss annehmen, dass es von allen Empfängerinnen gelesen wurde und dass dies auch mit Gewinn geschehen ist.

Kampf dem Verderb



An das gesamte Verkaufspersonal

Während der heissen Jahreszeit, insbesondere an Föhntagen, leiden alle Frischprodukte in vermehrtem Masse, verlieren an Gewicht und gehen - schneller als sonst - in Verderb über.

Es gehört zur Pflicht jeder Verkäuferin, diesem Verderb entgegenzuwirken, ihm den Kampf anzusagen. Beachten Sie deshalb:

Gemüse und Früchte enthalten 85 und mehr % Wasser, welches - die Produkte brauchen nicht einmal zu verderben - teilweise verdunstet, wodurch z.T. beträchtliche Gewichtsverluste entstehen. - Es gilt, diesen Wasserverlust nach Möglichkeit zu ersetzen.

Spinat, Mangold und dergleichen vor dem Verkauf wässern, während des Verkaufes häufig spritzen. Dem Gemüse von Zeit zu Zeit frisches Wasser zuführen. Am Abend verbliebenes Gemüse fachgemäss aufbewahren: im kühlen Keller ausbreiten und bespritzen, bei Kopfsalat, grünem Wirz etc., am Strunk eine Scheibe wegschneiden (wodurch die Pflanze wieder saugkräftig wird) und in ein zirka 1 cm hohes Wasserbad einstellen. Früchte ständig kontrollieren, angesteckte entfernen, bzw. sofort ausschneiden und abstossen. Eine angefaulte Frucht steckt die gesunden an.



Allgemeiner Grundsatz: Die frische Ware sofort in den Verkauf nehmen und nicht zuerst die gestrige verkaufen wollen!

Über das Wochenende und auch am Mittwoch sind während der warmen Jahreszeit die Obst- und Gemüse-Schaufenster auszuräumen und die Ausstellung anderweitig zu ergänzen.

Sorgen Sie auch dafür, dass der Schnittkäse - mit Ausnahme des Sbrinz - immer mit feuchten, in Salzwasser getränkten Käsetüchlein fachgemäss gedeckt wird, ansonst der Käse an Gewicht und vor allem auch an Qualität einbüsst. Frischwurstwaren, die Ihnen der Metzger liefert, sollen, so sie nicht am gleichen Tage verkauft werden können, in 2%ige (20 gr. auf einen Liter) Salzwasserlösung gelegt und das Gefäss in den Kühlkasten gestellt werden. Helfen Sie mit, jedes an seinem Platz, Gewichtsverluste und Verderb mit allen Ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln zu bekämpfen!

Die Geschäftsleitung.

Gutes leisten — auch in der Werbung!

Werbung um die Verlobten

Die propagandistische Bearbeitung von Adressen Verlobter dürfte insbesondere für Konsumgenossenschaften mit Spezialgeschäften von Interesse sein. Da aber eine Verlobung an sich noch keinen offiziellen Akt darstellt, also vom Zivilstandsamt nicht registriert wird, ist es ausserordentlich schwierig, die entsprechenden Adressen zu erhalten. Im Hinblick darauf, dass vor allem für Schlafzimmer- und Küchenaussteuern sowie für diverse Wohnungs- und Haushaltungsgegenstände geworben werden soll, muss in erster Linie danach getrachtet werden, die Adresse der Braut zu erhalten. Denn sie bestimmt zur Hauptsache und in den meisten Fällen, wie die zukünftige Wohnung ausgestattet werden soll. Im Gegensatz zur Werbung für Neuvermählte — deren Adressen von den Zivilstandsämtern jederzeit erhältlich sind (gegen eine Gebühr von zirka 10 Rp. die Adresse) — und die ja ihre Aussteuer in der Regel besitzen, ist die propagandistische Bearbeitung von Brautleuten insofern wesentlich interessanter, weil diese sich vor allem mit der Anschaffung ihrer Aussteuer beschäftigen.

Die Spezialgeschäfte des Allgemeinen Consumvereins beider Basel (Haushaltungsartikelgeschäft, Manufakturwarengeschäft und Kaufhaus Cardinal) haben sich für diese Werbung zusammengeschlossen und an die Verkäuferinnen des ACV ein Schreiben gerichtet, in dem es u. a. heisst:

«Unsere Kaufhäuser ‚Falken', ‚Cardinal' und ‚Börse' sowie unsere Spezialläden für Manufakturwaren verfügen in ihren Rayons über eine reichhaltige Auswahl an Aussteuerartikeln aller Art. Erfahrungsgemäss aber hat die Werbung für Aussteuerartikel nur dann Erfolg, wenn sie sich an die interessierten Personen, das heisst an die Verlobten, wenden kann.

Unsere Bitte an Sie geht nun dahin, Sie möchten uns jeweils Ihnen bekannte Verlobungen aus Ihrem Verwandten- oder Bekanntenkreise, aber auch aus Kreisen der Mitglieder unverzüglich melden. Zu diesem Zwecke legen wir Ihnen einen Adressblock bei, auf dem Sie Namen und Adresse der Brautleute aufschreiben können. Dieser Zettel muss unverzüglich an die Abteilung Propaganda spediert werden.

Diese Adresse wird dann von dort aus mit einem besonderen Katalog für Brautleute und einem Werbeschreiben bedient. Selbstverständlich wird Ihr Name nicht genannt werden.

Für jede uns genannte Verlobtenadresse bezahlen wir Ihnen eine Vergütung von Fr. 1.—, die sofort nach Eintreffen des Zettels ausgerichtet wird. Diejenigen Verkäuferinnen, die uns bis Ende des Jahres am meisten Adressen abgeliefert haben, werden ausserdem noch speziell prämiiert.»

Den Erfolg dieser Aktion dokumentieren die über 1000 Adressen, die im Verlaufe weniger Wochen bei der Zentralverwaltung eingelaufen sind.

Wir können uns vorstellen, dass Konsumvereine, die nur über eine kleinere Anzahl Verkäuferinnen verfügen, diese Adressenvermittlung auch auf die Mitglieder ausdehnen.

Für die Braut wurde folgender Werbebrief aufgesetzt und sorgfältig gedruckt:

Sehr geehrtes Fräulein!

Zu Ihrer kürzlich erfolgten Verlobung möchten auch wir Ihnen herzlich gratulieren. Wir wissen wohl, dass Sie nun jedenfalls eine Menge Reklamematerial erhalten werden. Trotzdem möchten wir Sie höflich bitten, den beiliegenden Katalog gründlich zu studieren, denn er kann Ihnen bei der Gründung Ihres Haushaltes wertvolle Dienste leisten.

Sicher ist es zu Ihrem Vorteil, wenn Sie vor allem die Angebote des A l l g e m e i n e n C o n s u m v e r e i n s b e i d e r B a s e l aufmerksam prüfen. Rund 65 000 Einzel- und Familienmitglieder gehören unserer Genossenschaft an und schenken ihr Vertrauen. Wir dürfen ja wohl auch auf Ihre künftige Mitgliedschaft zählen. Die mannigfachen Vorzüge, die wir Ihnen bei der Anschaffung von Wohnungsgegenständen, besonders aber der Küchenaussteuer und Wäscheaussteuer, bieten können, treten im beiliegenden Katalog klar zutage. Wir möchten Sie jetzt nur auf drei hauptsächlichste Punkte aufmerksam machen:

1. gute Warenqualität;
2. günstige Preise;
3. die willkommene Rückvergütung.

Am besten dürfte es aber sein, wenn Sie uns . . . . . . besuchen und sich ohne jeden Kaufzwang beraten lassen. Wir sind dann auch in der Lage, Ihnen noch unsere Spezialkonditionen bekanntzugeben.

Mit freundlichem Gruss

Wir glauben damit einige Hinweise gegeben zu haben, um auch dieses wichtige Gebiet der materiellen Propaganda erfolgversprechend bearbeiten zu können. H.



Wie die Usego Propaganda macht

Wir entnehmen der Fachzeitschrift «Schweizer Reklame»: Nun wird das freie Kräftespiel wieder einsetzen und damit auch mehr und mehr die Bemühungen, Kunden zu gewinnen und zu erhalten. So hat denn gegen das Jahresende die Nachfrage nach Werbe- und Dekorationsmaterial stark zugenommen und ein Ausmass erhalten, wie wir es vor dem Kriege kannten. Die Usego hat während der Kriegszeit ihre hauptsächlichsten Werbemassnahmen nicht unterbrochen und hat auch mit ihrem Werbebriefdienst, mit Schaufenster-Dekorationsmaterial, kriegswirtschaftlichen Sondernummern, Kriegskarten usw. immer wieder an das Usego-Geschäft erinnert.
Es wurden im Berichtsjahr folgende Auflagen erreicht:

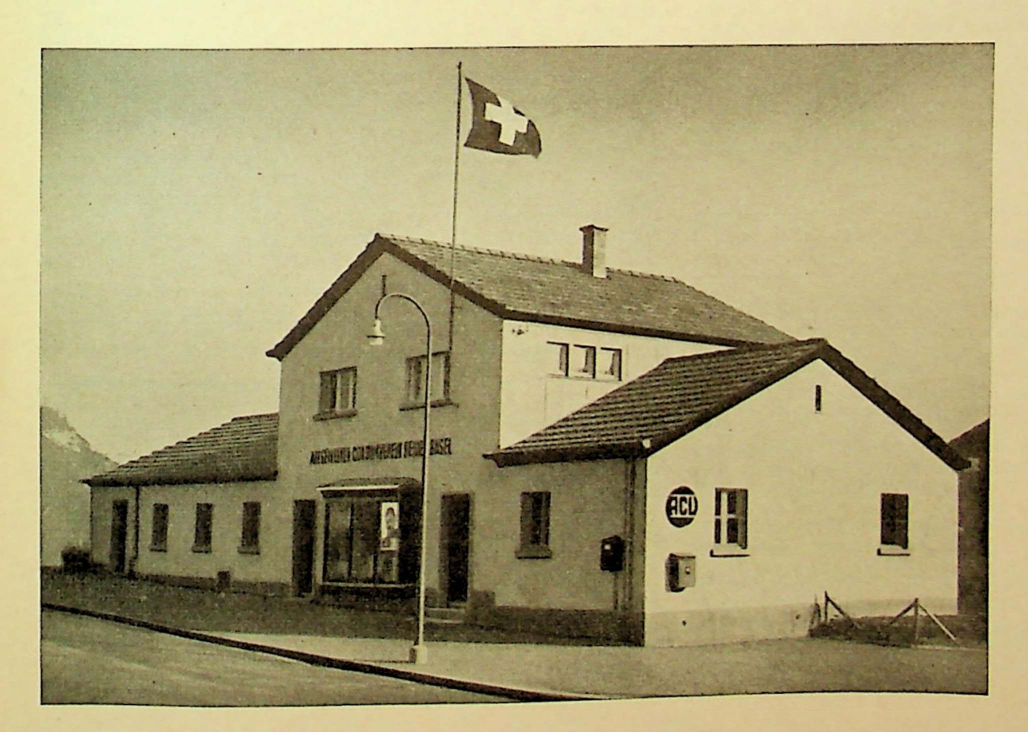
1. Abreisskalender: 320 000 Stück.
2. Usego-Bote, 6 Nummern à 120 000 Exemplare pro Ausgabe.
3. Coquerico, 6 Nummern à 120 000 Exemplare p-o Ausgabe
4. Messagero, 4 Nummern à 6800 Exemplare pro Ausgabe.
5. Papiersäcke (mit Reklameaufdruck) 23 600 000 Stück.
6. Werbebriefe für Mitglieder: 1 717 416 Stück.



Der *Propaganda-Beitrag* der *Mitglieder* betrug wiederum ein Promille vom Umsatz des Vorjahres. Die Ausstellung anlässlich der Generalversammlung fand grosse Beachtung.
Regionale Ausstellungen wurden durch die Mitglieder an verschiedenen Orten im Rahmen von Gewerbe- oder Weihnachtsausstellungen durchgeführt. Die Usego hat, wo man an sie gelangte, bei der Gestaltung des Standes und der Werbedrucksachen mitgeholfen.
Packungen. Sehr grosse Schwierigkeiten bieten die Vorschriften für Preis- und Gewichtsaufdruck auf Packungen, da bei Aenderungen immer Verluste entstehen, sei es durch Nichtmehrverwendung oder Ueberdruck.
Schaufensterdekorationen. Je mehr unsere Mitglieder einsehen, dass das Schaufenster das beste, billigste und unmittelbarste Werbemittel ist, um so mehr beanspruchen sie diesen wertvollen Platz für sich. Damit wächst aber auch von Jahr zu Jahr das Bedürfnis nach gutem Schaufensterdekorationsmaterial. Wir tragen diesem Umstand Rechnung, indem wir die Sortimente ausbauen. Zudem hat unsere Verwaltung die Anstellung eines Dekorateurs beschlossen.

Moderne Läden im ACV beider Basel

* Der Allgemeine Consumverein beider Basel zählt in seinem ausgedehnten Wirtschaftsgebiet rund 250 Filialen (inkl. Schlächterei- und Manufakturwarenläden und Kaufhäuser). Unter dieser grossen Zahl von Verkaufsstellen hat es eine ganze Reihe Läden, die sich durch ihre moderne und schöne Einrichtung auszeichnen. Wir zeigen hier (siehe auch S. 468) Innen- und Aussenaufnahmen der 2 neuesten Warenfilialen, die sich im Mittelpunkt von Wohngenossenschaften befinden und die sich nicht nur durch neuzeitliche Ausstattung, sondern auch durch ihr freundliches Aussehen und durch die Rücksichtnahme auf die Bequemlichkeit des Einkaufs auszeichnen. Gerade in den Wohngenossenschaften wird der ACV-Laden gewissermassen zu einem Sammelpunkt der Mitglieder. Man trifft sich gerne in den gediegenen Läden, und für das Verkaufspersonal ist es eine Freude, in einer solchen Umgebung zu arbeiten.



Bibliographie

„Wir kommen!"

Die neueste Ausgabe dieser genossenschaftlichen Monatszeitschrift für die Jugend erscheint als 32-seitige Doppelnummer (Juli/August). Sie enthält u. a. eine Reihe von Beiträgen Jugendlicher zur Frage der Schulreform. Dabei ist vor allem hervorzuheben, dass neben der sachlichen, aber zum Teil sehr offenen Kritik, eine ansehnliche Reihe von positiven Vorschlägen und Anregungen herausgearbeitet werden. Im weiteren ist die Nummer auf die Ferienzeit abgestimmt und bringt eine «genossenschaftliche Bubengeschichte» mit drei Illustrationen von Schülern aus dem Wettbewerb des «Jahrbuchs der Jugend» von der Büchergilde. Eine Reisebericht gibt Aufschluss über: «Aland, die 6000 Inseln im Bottnischen Meer.» Weiter finden wir Anekdoten aus dem Orient (vom Basler Dr. A. David), und eine Skizze «Fahrendes Volk» mit alten Zeichnungen von allerlei «Landstreichern». Wir erfahren auch, «Wie man einen Tunnel bohrt» und erhalten ernst- und scherzhafte Anleitung zum Wandern und Klettern. Den Abschluss machen eine Anleitung über das Verhalten bei Verkehrsunfällen, «Dies und das», die Rätselseite und die «Kleine Exkursion durch die Tierwelt», die diesmal von Lurchen und Reptilien handelt. Die stets interessante Zeitschrift sei allen Vereinen, die noch nicht zur Einführung des Einzelverkaufes übergegangen sind, warm empfohlen als ein entscheidender Beitrag zur Gewinnung der Jugend für das Genossenschaftswesen. Einzelnummern zum Verkauf (Fr. —.40, Doppelnummer Fr. —.60) werden an Vereine zu Fr. —.30 (Doppelnummer Fr. —.45) abgegeben.

«Das ideale Heim». Die Julinummer der Zeitschrift für Wohnkultur «Das ideale Heim» (Verlag Schönenberger & Gall AG., Winterthur) gibt eine ganze Folge von Innenräumen der «Hofstetter AG.» in Basel.

Ein anderer Artikel schildert die Entwicklung eines Hauses bei einer sich ändernden Bauaufgabe und zeigt dabei schöne Bilder von Landschaften mit Häusern des Architekten A. Berger in Luzern. Der hochsommerliche Gartenartikel fehlt nicht, während die neuzeitliche Kunst durch Gobelins des Kunstmalers Karl Schlageter in Zürich vertreten ist.

Ein Ferienhaus des Architekten E. Amberg in Muri (Aargau) mit einem höchst originellen schwedisch-schweizerischen Innenausbau. «Was Frauen interessiert», die viel benutzte Bau- und Wohnberatung und ein Bildbericht über eine Siedlung in Langnau beschliessen das reich ausgestattete Heft.

Die Bewegung im Ausland

Schweden. — *Der Konsumverein Stockholm im Jahre 1945.* Der Konsumverein Stockholm dürfte der grösste Konsumverein ausserhalb der Britischen Inseln und einer der grössten Konsumvereine überhaupt sein. Eine mächtige Ausweitung erfuhr seine Tätigkeit durch die Uebernahme des bis dahin vom Verband schwedischer Konsumvereine betriebenen Grosswarenhauses Paul U. Bergström AB. Im Jahre 1945 erreichte der Umsatz insgesamt 183.8 Millionen Kronen, was ungefähr einem gleichen Betrag in Schweizer Franken entspricht. Die Mitgliederzahl erhöhte sich von 121 000 auf 122 400, die Zahl der Verkaufsstellen von 672 auf 710, die Zahl der durch die Genossenschaft beschäftigten Personen von 5200 auf 6600. Eine wachsende Bedeutung kommt den von der Genossenschaft betriebenen Restaurants zu. 1945 wurde innerhalb dieses Betriebszweiges ein Umsatz von 5.7 Millionen Kronen erzielt, 1.5 Millionen Kronen mehr als 1944. Von dem 171.9 Millionen Kronen betragenden Kleinhandelsumsatz entfallen nur 17.7 Millionen Kronen auf die Umgebung von Stockholm, währenddem der ganze Rest innerhalb der Stadt Stockholm selbst erzielt wurde.
h.

Skandinavien. *Nordische Personalallianz.* Während der Osterfeiertage fand in Kopenhagen eine nordische Personalkonferenz statt, an der Delegierte des Personals der Konsumgenossenschaftsverbände von Schweden, Dänemark und Norwegen vertreten waren. Die finnischen Personalorganisationen waren ebenfalls eingeladen, konnten aber infolge der bestehenden Valutaschwierigkeiten nicht teilnehmen.

Die Absicht der Zusammenkunft war, angesichts der Aufgaben, die die Nachkriegszeit der Genossenschaftsbewegung in verschiedenen Ländern stellt, bei den Genossenschaftsangestellten ein grösseres Interesse, als es bisher festzustellen gewesen war, zu erwecken. Man einigte sich an der Konferenz dahin, auf allen Gebieten, wo das möglich ist, eine Zusammenarbeit herzustellen. Das soll durch die Schaffung persönlichen Kontaktes erfolgen, in erster Linie in der Weise, dass die Genossenschaftsangestellten während ihrer Ferien gegenseitig beieinander zu Gaste sind, dass ein Ferienaustausch für die Kinder der Angestellten organisiert wird, dass gemeinsame Ferienreisen durchgeführt, dass genossenschaftliche Studien in verschiedenen Ländern betrieben, dass gemeinsame Sportanlässe veranstaltet werden, dass ein Personalaustausch zwischen den verschiedenen Ländern angeregt, dass Propaganda für Briefverkehr zwischen den Genossenschaftsangestellten der verschiedenen Länder gemacht wird, usw.

Zur Verwirklichung aller dieser Wünsche wurde beschlossen, ein ständiges Organ für die Zusammenarbeit zu schaffen und diesem Organ die Bezeichnung *«Genossenschaftliche Personalallianz»* zu geben. Mitglieder dieser Allianz sind die genossenschaftlichen Personalzusammenschlüsse Schwedens, Norwegens und Dänemarks. Die Allianz kann aber auch auf die entsprechenden Organisationen anderer Länder, deren genossenschaftliche Hauptorganisationen dem Internationalen Genossenschaftsbund angeschlossen sind, ausgedehnt werden. Die Leitung der genossenschaftlichen Personalallianz liegt in den Händen eines Vorstandes, dem je zwei Vertreter der angeschlossenen Länder angehören. Eine neue Zusammenkunft ist im Zusammenhang mit den nordischen genossenschaftlichen Spielen, die Anfang September in Stockholm durchgeführt werden sollen, vorgesehen. In der Zwischenzeit sollen die Aufgaben und Möglichkeiten der Personalallianz näher geprüft werden.

«Vi» (Schwedisches genossenschaftliches Volksblatt)

Vereinigte Staaten. * *Die genossenschaftliche Vermittlung von Petroleum.* Die neuesten Statistiken bestätigen die bemerkenswerten Erfolge des Genossenschaftsverbandes von Kansas City auf dem Gebiete der Petroleumproduktion. Von 372 Wagen zu je 8000 Gallonen (1 amerikanische Gallone = 3,8 l) im Jahre 1929 stieg die Produktion auf 6101 Wagen im Jahre 1937/38 und auf 21 544 Wagen im Jahre 1944/45. Die Produktion von Schmieröl stieg von 135 400 Gallonen im Jahre 1929 auf 20 839 500 Gallonen im Jahre 1944/45. Im verflossenen Jahr wurden daneben noch 2000 Tonnen Fett erzeugt.

Ende 1944/45 besass der Verband 369 Petrolschächte und 20 000 ha petrolhaltigen, noch unerschlossenen Geländes. Durch kürzlich erfolgte Neuerwerbungen stiegen die Zahl der Schächte auf 436 und das noch unausgebeutete Land auf 25 000 ha.

Die Produktion von Rohöl stieg im abgelaufenen Jahr auf 1 Million Barrels (1 Barrel = 42 Gallonen), und die im Besitze des Verbandes befindlichen 1400 km Rohrleitungen beförderten 4 Millionen Barrels Rohöl.

Obwohl die Gründung einer internationalen genossenschaftlichen Petroleumagentur sich noch im Vorbereitungsstadium befindet, ist die Lieferung von Petroleumprodukten an die europäischen Genossenschaften in vollem Gange. Nach den schwedischen Genossenschaften haben nun auch die französischen Bestellungen aufgegeben, und zwar 2 175 000 Gallonen im Werte von 500 000 Dollars.

Aus unserer Bewegung

Aus unseren Verbandsvereinen

Aarberg beabsichtigt, demnächst eine «Konsumreise» auf die Schynige Platte zu unternehmen. Basel berichtet in ausführlicher Weise über den grossen Erfolg, den das «ACV-Fest» am Internationalen Genossenschaftstag zu verzeichnen hatte: über 3000 Personen hatten der Einladung Folge geleistet und erlebten ein abwechslungsreiches Unterhaltungsprogramm. Ansprachen hielten die Herren Emil Rudin, Präsident der Direktion des ACV beider Basel, und Hans Rudin, Mitglied der Direktion des V. S. K. **Biberist** kann die erfreuliche Mitteilung machen, dass im soeben zu Ende gegangenen Geschäftsjahr sein Umsatz 2 223 000 Fr. erreichte, gegenüber 1 897 000 Fr. im Vorjahr. In **Biel** feiert Herr Verwalter Fritz Walther sein 25jähriges Dienstjubiläum.

Auch **Chur** ist in der Lage, im ersten Semester des neuen Geschäftsjahres (1946) eine Aufwärtsbewegung in der Umsatzentwicklung zu melden. Bis 1. Juli 1946 erreichte nämlich der Umsatz die Höhe von 1 450 250 Fr. gegenüber 1 199 200 Fr. im gleichen Zeitraum des Vorjahres, was also eine Zunahme von 251 050 Fr. oder 20,93% ausmacht. Der Verwaltungsrat der KG **Davos** fasste den Beschluss, ab 17. Juli 1946 sämtliche Verkaufsgeschäfte (mit Ausnahme des Bäckereiladens) jeweils am Mittwochnachmittag von 12.30 Uhr an zu schliessen. In **Grafstal-Winterberg** verzeichneten die beiden Verkaufslokale im ersten Halbjahr 1946 eine Umsatzzunahme von 25 000 Fr. Auch **Kloten** gewährt den Verkäuferinnen einen freien Halbtag dadurch, dass ein Verkaufslokal jeden Montagnachmittag und zwei Filialen jeden Dienstagnachmittag geschlossen bleiben. Für **Liestal** bildet Mitte August die Zürichseegegend das Ziel einer Genossenschaftsreise. Aus Anlass seines 50jährigen Jubiläums wurde in allen vier Filialkreisen der KG **Oberburg** je eine Feier durchgeführt, an der der Film «Die Weber von Rochdale» gute Aufnahme fand. Die Abendfeiern wurden von rund 1000 Personen besucht, während 900 Kinder an besonderen Vorstellungen teilnehmen konnten.

Pfäffikon (Zürich) organisierte eine Reise auf das Stanserhorn. An die Kosten wurde von der Genossenschaft Wesentliches beigetragen. Infolge der überaus zahlreichen Anmeldungen wird **Romanshorn** die projektierte Seerundfahrt auf dem Bodensee auf zwei Schiffen durchführen. **Safenwil** schliesst seine Läden jeweils am Mittwochnachmittag. **St. Gallen** konstatiert, dass sein Umsatz gegenüber dem Vorjahre (1944/45) um 80 000 Fr. zugenommen hat; damit ist der in vergangenen Jahren eingetretene Stillstand überwunden. **Weinfelden** veranstaltet ebenfalls eine Bodenseerundfahrt. Die KG **Windisch** fusioniert ab 1. August mit der KG **Brugg. Winterthur** weist auf den grossartigen Erfolg hin, den seine Veranstaltung am Internationalen Genossenschaftstag zu registrieren hatte. **Murten** veranstaltet eine Reise auf die Kleine Scheidegg.

Aus der Tätigkeit unserer italienisch- und französischsprachigen Verbandsvereine: **Bellinzona** verzeichnete in den ersten neun Monaten seines neuen Betriebsjahres (Oktober 1945 bis Juni 1946) einen Mehrumsatz von 200 100 Fr. Der Umsatz stellte sich nämlich auf 2 150 300 Fr. gegenüber 1 950 200 Fr. im gleichen Zeitraum des Vorjahres. **Tramelan** lädt zu einer Fahrt nach Montreux ein. Bei dieser Gelegenheit soll der Genossenschaftsmühle in Rivaz ein Besuch abgestattet werden. Weiter publiziert die Genossenschaft einen einlässlichen Bericht über die Veranstaltung am Internationalen Genossenschaftstag, an welcher u. a. die «Chanson valaisanne» teilnahm.

Aus der Aktivität der dem KFS angeschlossenen Sektionen und Gruppen: **Basel** organisierte eine Ferienreise nach Interlaken und über den Brünig nach Luzern. R. A-i.

Besuch bei der MSK und der SGG. Die dritte, im Rahmen der Vorlesung «Die Produktionsbetriebe der Konsumentenorganisationen» des Herrn Dr. *Faucherre* veranstaltete Exkursion hatte die Besichtigung der Mühlengenossenschaft schweiz. Konsumvereine (MSK) und von Landwirtschaftsbetrieben der Schweizerischen Genossenschaft für Gemüsebau (SGG) in Oberglatt und Otelfingen zum Ziele. Per Autocar, den die Direktion des V. S. K. in freundlicher Weise zur Verfügung gestellt hatte, gelangte die 25 Personen umfassende Gruppe von Studenten der Universität Basel nach Zürich, wo Herr Direktor *Hersberger* von der MSK die Anwesenden im Namen der Direktion willkommen hiess. Beim Mittagessen erteilte Herr Dr. *Leo Müller*, Mitglied der Direktion des V. S. K. und Präsident der Verwaltung der SGG, über Ursachen und Entwicklung dieser Genossenschaft Aufschluss und würdigte im speziellen deren Rolle während des Krieges. Nach der Ankunft in Oberglatt übernahm Herr ing. agr. *Fritz Keller*, Direktor der SGG, die Führung. Ein letzter Besuch wurde dem SGG-Betrieb im Otelfinger Ried abgestattet.

Gerlafingen. Aus dem Jahresbericht. * Der Umsatz stieg von Fr. 1 393 300.— (1944) auf Fr. 1 487 600.—. Die durchschnittliche Konsumation pro Mitglied beläuft sich auf Franken 1200.— (Fr. 1100.—), bei einem Mitgliederbestand von 1237 (1217). Es wurden ausbezahlt 8 % Sparrabatt plus 2 % Rückvergütung. An speziellen Institutionen sind hervorzuheben die «Stiftung Mitgliederfonds der KG Gerlafingen», die an 15 Familien Sterbegelder von insgesamt Fr. 1200.— und an 82 Familien Geburtenscheine im Werte von Fr. 800.— ausbezahlte, sodann der «Mitglieder-Unterstützungsfonds». Die Betriebsergebnisse gestatten nach Abschreibungen von Fr. 10 000.— auf den Immobilien und der Mobilien bis auf Fr. 1.— auch eine Zuweisung von Fr. 12 000.— in den Reservefonds. Die Bilanz (Totalbetrag Fr. 1 309 100.—) weist u. a. folgende Posten auf: Aktiven: Banken Fr. 854 500.—, Wertschriften Fr. 52 000.—, Waren Fr. 161 400.—, Beteiligungen Fr. 18 000.—, Immobilien Fr. 210 000.—; Passiven: Depositen Fr. 828 400.—, Kautionen Fr. 26 400.—, Hypotheken Fr. 120 000.—, Anteilscheine Franken 61 850.—, Reservefonds Fr. 175 000.—, Dispositionsfonds Franken 15 000.—.

Wettingen. Aus dem Jahresbericht. * Der Umsatz nähert sich der Zwei-Millionengrenze; er stieg von Fr. 1 853 800.— um Fr. 91 900.— oder 4.95 % auf Fr. 1 945 700.—. Die Zahl der Mitglieder erreichte 2400 (2300). Der Betriebsüberschuss wird u. a. wie folgt verteilt: 10 % Rückvergütung: Fr. 169 500.—. Zuweisungen an den Reservefonds Fr. 3000.—, sodann erfolgen eine Reihe namhafter Beiträge an gemeinnützige Institutionen, u. a. an das Genossenschaftliche Seminar. Der Verein beteiligte sich wiederum am Mehranbauwerk im «Kütt». Die Bilanz weist bei einem Totalbetrag von Fr. 922 100.— u. a. folgende Posten auf: Aktiven: Konkokorrent und Depositen Fr. 140 100.—, Obligationen Fr. 207 400.—, Warenvorräte Fr. 154 100.—, Beteiligungen Fr. 21 550.—, Immobilien Fr. 305 700.—, Mobilien Fr. 77 500.—; Passiven: Depositen Fr. 192 500.—, Personalversicherungsfonds Fr. 62 000.—, Hypotheken Fr. 29 000.—, Reservefonds Fr. 256 400.—, Dispositionsfonds Fr. 46 500.—, Baufonds Fr. 62 500.—, Anteilscheine Fr. 29 600.—, Krisenfonds Fr. 22 800.—, Vortrag zur Verteilung Fr. 178 800.—.

Genossenschaftliche Zentralbank

Halbjahresbilanz per 30. Juni 1946

AKTIVEN		Fr.
Kassa, Giro- und Postcheckguthaben		6 946 180.48
Coupons		198 193.55
Bankendebitoren auf Sicht		2 322 429.17
Andere Bankendebitoren		869 163.66
Wechsel		11 916 428.85
Reports und Vorschüsse auf kurze Zeit		295 684.20
Kontokorrent-Debitoren ohne Deckung		267 041.55
Kontokorrent-Debitoren mit Deckung		34 581 752.07
davon gegen hyp. Deckung	Fr. 14 531 145.25	
Feste Vorschüsse und Darlehen ohne Deckung		35 325.50
Feste Vorschüsse und Darlehen mit Deckung		6 701 500.25
davon gegen hyp. Deckung	Fr. 5 672 987.20	
Kontokorrent-Vorschüsse und Darlehen an öffentlich-rechtliche Körperschaften		2 249 974.40
Hypothekaranlagen		76 959 912.80
Wertschriften und dauernde Beteiligungen		49 115 786.70
Sonstige Aktiven		1 792 911.23
Debitoren aus Kautionen	Fr. 2 894 588.41	
		194 252 284.41

PASSIVEN		Fr.
Bankenkreditoren auf Sicht		2 059 600.96
Andere Bankenkreditoren		2 001 958.35
Checkrechnungen und Kreditoren auf Sicht		40 111 687.51
Kreditoren auf Zeit		21 338 827.15
Depositenhefte		83 892 415.37
Kassenobligationen		25 239 000.—
Checks und kurzfällige Dispositionen		189 031.05
Sonstige Passiven		2 329 090.91
Anteilscheinkapital		13 788 000.—
Reserven		3 050 000.—
Saldovortrag		252 673.11
Kreditoren aus Kautionen	Fr. 2 894 588.41	
		194 252 284.41

Verbandsdirektion

1. Der Kreisverband II wird seine Herbstversammlung Sonntag, den 13. Oktober 1946, in Tramelan durchführen.

2. Der Konsumverein Flawil hat als seine Vertreter in der Kontrollstelle des V. S. K. die Herren Werner Kreienbühl, Verwalter, Flawil, und Oskar Wehrlin, Kaufmann, Burgau-Flawil, bezeichnet.

3. Am 1. August 1946 bleiben im Hinblick auf die Bundesfeier am Nachmittag sämtliche Betriebe des V. S. K. geschlossen.

Presse und Propaganda

Im Verlag des Verbandes schweiz. Konsumvereine sind folgende Hefte der Genossenschaftlichen Volksbibliothek neu erschienen:

Heft 55 «Aktuelle Fragen des Genossenschaftswesens» (Preis Fr. 1.50)
Heft 56 Handschin, Hans: «Das Verhältnis des Genossenschafters zur Genossenschaft» (Preis Fr. 1.—)

In Heft 55 werden folgende sechs aktuellen Probleme behandelt:

1. Die Betriebsformen des schweizerischen Detailhandels.
2. Die bisherigen Massnahmen des Bundes zum Schutze des Detailhandels.
3. Die Forderung auf Obligatorischerklärung des Fähigkeitsausweises für den Detailhandel.
4. Die Genossenschaften und die Revision der Wirtschaftsartikel der Bundesverfassung.
5. Die Besteuerung der Genossenschaften, und
6. Die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion.

In Heft 56 sind die Referate verarbeitet, din an den verschiedenen Kreiskonferenzen vom vergangenen Herbst über das Thema, das den Titel der Broschüre bildet, gehalten wurden. Von Heft 56 der Genossenschaftlichen Volksbibliothek wird jedem Verbandsverein ein Exemplar kostenlos zugestellt werden. Weitere Exemplare sowie Heft 55 der Genossenschaftlichen Volksbibliothek können zu den oben angeführten Preisen bezogen werden bei der

Genossenschafts-Buchhandlung Zürich,
Zürich 4, Stauffacherstrasse 69

Zum Tode von Direktor Emil Rudin

Im Anschluss an unseren Nachruf in der letzten Nummer des «Schweiz. Konsum-Vereins» müssen wir leider mitteilen, dass bis zum Redaktionsschluss die Suchaktionen erfolglos geblieben sind, so dass über den Zeitpunkt einer Bestattung immer noch nichts bekanntgegeben werden kann.

Genossenschaftliches Seminar
(Stiftung von Bernhard Jaeggi)

Dem Genossenschaftlichen Seminar sind folgende Beträge überwiesen worden:

Fr. 100.— vom Konsumverein Bad Ragaz
» 100.— vom Konsumverein Schafisheim

Diese Vergabungen werden hiermit bestens verdankt.

Arbeitsmarkt

Angebot

Konsumdepot mit geräumiger Wohnung zu übernehmen gesucht von zwei tüchtigen Verkäuferinnen mit Seminarbildung. Gefl. ausführliche Offerten unter Chiffre H. N. 139 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Tüchtige **Metzgermeistersfrau** sucht Stelle in Konsummetzgerei oder eine Filiale für den Fleischverkauf. Offerten erbeten unter Chiffre M. J. 141 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Filialleiterin, 27 Jahre alt, verheiratet, mit Seminarbildung und in allen Branchen bewandert, wünscht eine Filiale zu übernehmen mit einem Jahresumsatz von zirka 150 000 Fr. bis 200 000 Fr. Beste Zeugnisse stehen zur Verfügung. Bin in ungekündeter Stellung. Offerten erbeten unter Chiffre H. S. 146 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

30jährige **Filialleiterin** der Lebensmittel-, Schuh- und Textilwarenbranche sucht neuen, selbständigen Wirkungskreis. Zürich oder dessen Umgebung werden bevorzugt. Vereine mit mindestens 250 000 Fr. Jahresumsatz melden sich unter Chiffre R. W. 148 bei der Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Strebsame **Verkäuferin** sucht auf den Spätherbst (eventuell Frühjahr 1947) ausbaufähige Filiale zu übernehmen. Offerten erbeten unter Chiffre M. F. 147 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Nachfrage

Konsumverein der Ostschweiz sucht für ihren modern eingerichteten Bäckerei-Konditoreibetrieb, mit 100 000 Fr. Jahresumsatz, der aber noch bedeutend gesteigert werden kann, einen initiativen, tüchtigen **Konditor,** wenn möglich mit Meisterdiplom, der befähigt ist, dem ganzen Betrieb als Chef vorzustehen. Offerten erbeten unter Chiffre Z. L. 145 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

INHALT: *Seite*

Tiefgekühlte Lebensmittel — für jedermann 457
Der Wiederaufbau der Genossenschaften in Oesterreich . 459
Der Automobilist und die Genossenschaftsidee . . . 461
Obligatorischer Fähigkeitsausweis bei Krise nur? Nein, auf alle Fälle, deshalb auch in der Hochkonjunktur! . 461
Die Aufgaben der Genossenschaften in Staat, Wirtschaft und Kultur 462
Schwedisches und schweizerisches Konsumgenossenschaftswesen 462
Kurze Nachrichten 463
Die Siedlung Wylergut feiert den Einzug der Konsumgenossenschaft Bern 464
Ein genossenschaftsbewusster Magazinchef 465
Am Schaufensterbudget einsparen 466
Zusammenarbeit 466
«Gesichter», die eine Verkäuferin nicht zeigen darf . . 466
Lebendige Zirkulare 466
Kampf dem Verderb 467
Gutes leisten — auch in der Werbung! 468
Bibliographie: «Wir kommen!» 470
Die Bewegung im Ausland 470
Aus unseren Verbandsvereinen 470
Genossenschaftliche Zentralbank: Halbjahresbilanz per 30. Juni 1946 471
Verbandsdirektion 471
Presse und Propaganda 472
Genossenschaftliches Seminar 472
Arbeitsmarkt 472